

Informacje podstawowe

Nazwa przedmiotu	Savoir-vivre i etyka dziennikarska
Prowadzący	dr Bartłomiej Machnik
Wydział	Teologiczny
Kierunek	Dziennikarstwo i komunikacja społeczna
Poziom studiów	I
Profil studiów	praktyczny
Forma studiów	stacjonarne
Moduł specjalnościowy	
Dyscyplina naukowa, do której odnoszą się efekty uczenia się	Nauki o komunikacji społecznej i mediach
Obowiązuje od roku akademickiego	2024/25
Rok studiów	1
Semestr	2
Język wykładowy	polski
Status przedmiotu (<i>obowiązkowy, do wyboru</i>)	obowiązkowy
Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się (<i>symbole</i>)	DL_W08, DL_W11, DL_W13, DL_U16
Rodzaj zajęć (<i>wybór z listy*</i>)	wykład
Liczba godzin	30
Liczba ECTS	3
Wymagania wstępne	Brak wymagań wstępnych
Opis i cele przedmiotu Savoir-vivre i etyka dziennikarska	Celem wykładu jest zapoznanie studentów z podstawowymi zasadami etyki dziennikarskiej oraz kulturą osobistą jako elementem profesjonalizmu w pracy dziennikarza. Treści zajęć obejmują zarówno klasyczne podstawy etyki zawodowej, jak i współczesne dylematy wynikające z dynamicznych zmian w środowisku medialnym. Szczególna uwaga poświęcona jest odpowiedzialności za przekaz, relacjom z odbiorcami i instytucjami życia publicznego, a także granicom wolności twórczej, prawa do informacji i prywatności. Poruszane są także zagadnienia dezinformacji, manipulacji, przemocy symbolicznej, etyki obrazu oraz wpływu nowych technologii na standardy dziennikarskie. W ramach zajęć omawiane są także zasady savoir-vivre w sytuacjach zawodowych jako wyraz szacunku i etycznej postawy wobec innych uczestników życia

	publicznego. W efekcie student rozwinie kompetencje miękkie związane z etyczną refleksją, wrażliwością społeczną, kulturą komunikacyjną, odpornością na presję środowiskową oraz umiejętnością podejmowania odpowiedzialnych decyzji zawodowych.
--	--

Treści programowe

Temat/blok zajęć:	Liczba godzin
Savoir-vivre i etyka dziennikarska:	
1. Zasady dobrego wychowania w życiu zawodowym: precedencja, takt, styl i kultura osobista - savoir-vivre jako wyraz szacunku wobec innych ludzi: zachowanie przy stole, w miejscach publicznych i zawodowych sytuacjach komunikacyjnych	2
2. Współczesna etyka dziennikarska: między klasyką a wyzwaniem ery cyfrowej - definicje: etyka zawodowa, etyka mediów, etyka dziennikarska, rola w systemie nauk społecznych i komunikacyjnych)	2
3. Kodeksy i instytucje etyczne w XXI wieku - analiza Karty Etycznej Mediów, aktualnych rekomendacji REM, funkcji Komisji Etyki Mediów w kontekście pluralizacji źródeł i rozwoju AI	2
4. Zawód z misją: status moralny dziennikarza i jego relacje z otoczeniem społecznym - etyczne podstawy zaufania społecznego i autorytetu dziennikarskiego w dobie dezinformacji	2
5. Cnoty dziennikarskie a kompetencje społeczne – aktualne profile postaw profesjonalnych - psychiczne dyspozycje i wartości kształtujące wiarygodność oraz odporność na presję środowiskową	2
6. Prawda i uczciwość informacyjna w epoce „postprawdy” - tradycje – Pulitzer i Hearst – a współczesna praktyka zbierania i weryfikowania informacji	2
7. Manipulacja, dezinformacja i deepfake: granice etyki w mediach cyfrowych - etyczne różnice między perswazją a manipulacją, przykłady współczesnych technik manipulacyjnych	2
8. Profesjonalizm i obiektywizm a algorytmy i automatyzacja przekazu - nowe formy odpowiedzialności wobec odbiorców i redakcji w dobie dziennikarstwa – sztuczna inteligencja	2
9. Przemoc symboliczna i wizualna w mediach – jak nie przekraczać granic etycznych? Analiza obrazów przemocy, etyczne wyzwania relacjonowania konfliktów i katastrof	2
10. Etyka obrazu: granice estetyki i szacunku wobec fotografii prasowej - dobro, godność, prywatność i odpowiedzialność wizualna dziennikarza w dobie mediów społecznościowych	2
11. Wolność twórcza a etyczna odpowiedzialność: gdzie przebiega granica? Dylematy związane z ekspresją dziennikarską a normami redakcyjnymi i społecznymi	2

12. Etyka dziennikarstwa śledczego: prawo do informacji kontra prawo do prywatności - tajemnica źródeł, prowokacja dziennikarska, etyczne wyzwania pracy w ukryciu	2
13. Dziennikarz jako obywatel: relacje zawodowe w kontekście dobra wspólnego i demokracji deliberatywnej - etyczne aspekty współpracy z organizacjami, instytucjami i obywatelami	2
14. Odpowiedzialność osobista i zawodowa w kontekście wpływu mediów na rzeczywistość społeczną - etyka działań medialnych jako działania na rzecz dobra wspólnego	2
15. Dekalog etyczny dziennikarza na czasy chaosu informacyjnego – podsumowanie i wartości trwałe - analiza współczesnych propozycji „dekalogów etycznych”, w tym refleksja nad dorobkiem Mieczysława Hłowieckiego	2
Łącznie godzin:	30

Opis przedmiotowych efektów uczenia się i sposoby ich weryfikacji

Kategoria efektu (W, U, K)	<u>Kierunkowe</u> efekty uczenia się <i>(co ogólnie absolwent po tych studiach będzie wiedział i umiał)</i>	<u>Opis przedmiotowych</u> efektów uczenia się <i>(wyłącznie czasownikami operacyjnymi - czynności, które da się zweryfikować, mierzalne; w nawiasie należy podać numery tematów zajęć, które realizują dany efekt)</i> <i>(co konkretnie student po tym przedmiocie będzie wiedział i umiał)</i>	Sposoby weryfikacji efektów uczenia się <i>(np.: kolokwium pisemne, egzamin ustny, egzamin pisemny, sprawozdanie, prezentacja na zajęciach, raport, projekt indywidualny, grupowy.)</i>
DL_W08	Zna i rozumie główne pojęcia z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach	W1 – student definiuje podstawowe pojęcia z zakresu etyki zawodowej i mediów oraz rozróżnia ich znaczenie w kontekście współczesnych wyzwań komunikacyjnych (tematy: 2, 3, 6, 15) W2 – student opisuje znaczenie kultury osobistej i zasad savoir-vivre w kontekście pracy dziennikarza i relacji interpersonalnych (tematy: 1, 4, 13)	Kolokwium pisemne
DL_W11	W zaawansowanym stopniu zna i rozumie podstawowe pojęcia i teorie związane z komunikowaniem się osób i instytucji z otoczeniem wewnętrznym i zewnętrznym	W3 – student wyjaśnia rolę etyki zawodowej w kształtowaniu zaufania społecznego, relacji z instytucjami oraz w budowaniu odpowiedzialnej komunikacji publicznej (tematy: 4, 5, 13, 14)	Kolokwium pisemne

		W4 – student charakteryzuje kluczowe wartości etyki dziennikarskiej, takie jak prawda, wiarygodność, obiektywizm, niezależność i odpowiedzialność (tematy: 5, 6, 8, 14)	
DL_W13	Ma w zaawansowanym stopniu wiedzę z zakresu public relations, marketingu i ich wykorzystania w mediach oraz wiedzę o reklamie i branży reklamowej	W5 – student rozróżnia granice między etyczną perswazją a manipulacją w przekazach medialnych i promocyjnych oraz zna zasady odpowiedzialnego wykorzystywania obrazu (tematy: 7, 9, 10) W6 – student identyfikuje zagrożenia wynikające z użycia nieetycznych form wpływu medialnego w działaniach komunikacyjnych i promocyjnych (tematy: 7, 10, 12)	Kolokwium pisemne
DL_U16	Potrafi korzystać z narzędzi public relations, marketingu politycznego, promocji i reklamy do przekazu medialnego	U1 – student analizuje sytuacje komunikacyjne w pracy dziennikarskiej i potrafi rozpoznać, czy zastosowane formy przekazu są zgodne z zasadami etycznymi (tematy: 6, 7, 11, 12) U2 – student stosuje zasady etyczne i savoir-vivre w planowaniu i realizacji działań komunikacyjnych oraz uczestnictwie w wydarzeniach medialnych (tematy: 1, 11, 13) U3 – student dobiera odpowiednie strategie medialne z uwzględnieniem norm etycznych, społecznych oczekiwań i kultury organizacyjnej (tematy: 8, 13, 14)	Kolokwium pisemne

Metody dydaktyczne

(dostosowane do przedmiotowych efektów uczenia się)

1.	Wykład informacyjny
2.	Wykład konwersatoryjny

Opis nakładu pracy studenta w ECTS

Kontakt z prowadzącym	Aktywność	Liczba godzin	Razem liczba godzin / ECTS
bezpośredni	udział w zajęciach	30	30/1
	udział w zaliczeniach poza zajęciami		
	udział w konsultacjach		
praca własna	przygotowanie do zajęć (czytanie, praca pisemna, tłumaczenie, ...)	40	60/2
	przygotowanie do zaliczenia (np. czytanie, prezentacja, projekt, ...)	20	

Kryteria oceny końcowej

(Opis składowych oceny końcowej zajęć, rozkład procentowy lub punktowy, informacja o dopuszczalnej liczbie nieobecności, inne kryteria)

Kryteria oceny końcowej dla efektów przedmiotowych W1, W2, W3, W4, W5, W6, U1, U2 i U3 będą realizowane poprzez kolokwium końcowe. Wykładowca przedstawi studentom zakres tematów oraz lektury wymagane do zaliczenia przedmiotu. Przyjmuje się następującą punktację z kolokwium końcowego:

100 - 93 punkty - 5
92 - 85 punktów - 4,5
84 - 77 punktów - 4
76 - 69 punktów - 3,5
68 - 61 punktów - 3
60 - 0 punktów - 2

Literatura obowiązkowa

1.	Dziennikarskie Kodeksy Etyczne.
2.	Bertrand C., <i>Deontologia mediów</i> , przekł. T. Szymański, Warszawa 2007.
3.	Dobosz I., <i>Prawo i etyka w zawodzie dziennikarza</i> , Warszawa 2008.
4.	Łłowiecki M., <i>Pilnowanie strażników. Etyka dziennikarska w praktyce</i> , Warszawa 2012.
5.	M. Laskowska, <i>Kształcenie w zakresie etyki dziennikarskiej w kontekście mediów społecznościowych</i> , Warszawa 2018.

Literatura uzupełniająca

1.	Czuba K., <i>Katolickie podstawy etyki dziennikarskiej</i> , Toruń 2007.
2.	Czarnecki P., <i>Etyka mediów</i> , Warszawa 2008.
3.	Nowak E., Cern K., <i>Ethos w życiu publicznym</i> , Warszawa 2008.
4.	Masłowska M. (red.), <i>Etyka dziennikarstwa</i> , Lublin 2012.

* lista rodzajów zajęć

- ☐ ćwiczenia (audytoryjne, translatoryjne, terenowe, warsztatowe, projektowe)
- ☐ ćwiczenia laboratoryjne, komputerowe
- ☐ lektorat języka obcego nowożytnego/starożytnego
- ☒ wykład kierunkowy
- ☐ wykład monograficzny lub konwersatorium monograficzne
- ☐ seminarium dyplomowe
(sem. magisterskie, licencjackie lub inżynierskie, na którym student pod kierunkiem opiekuna pracy przygotowuje pracę dyplomową, wykorzystując metody adekwatne do realizowanej tematyki badawczej)
- ☐ pracownia dyplomowa (programistyczna, chemiczna, fizyczna, biologiczna, inżynierska)
(zajęcia laboratoryjne, na których student pod kierunkiem opiekuna pracy przygotowuje pracę dyplomową wykorzystując metody adekwatne do realizowanej tematyki badawczej)