

Informacje podstawowe

Nazwa przedmiotu	Dziennikarstwo agencyjne
Prowadzący	mgr Wojciech Surmacz
Wydział	Wydział Nauk o Komunikacji i Dziennikarstwa
Kierunek	Dziennikarstwo i komunikacja społeczna
Poziom studiów	I
Profil studiów	praktyczny
Forma studiów	stacjonarna
Moduł specjalnościowy	
Dyscyplina naukowa, do której odnoszą się efekty uczenia się	Nauki o komunikacji społecznej i mediach
Obowiązuje od roku akademickiego	2024/2025
Rok studiów	1
Semestr	2
Język wykładowy	polski
Status przedmiotu (obowiązkowy, do wyboru)	obowiązkowy
Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się (symbole)	DL_W02, DL_W05, DL_W15, DL_U03, DL_U05
Rodzaj zajęć (wybór z listy*)	ćwiczenia
Liczba godzin	30
Liczba ECTS	2
Wymagania wstępne	Brak wymagań wstępnych.
Opis i cele przedmiotu Dziennikarstwo agencyjne	Celem zajęć jest zapoznanie studentów z podstawami pracy dziennikarskiej w kontekście funkcjonowania agencji informacyjnych. Studenci nauczą się tworzenia i redagowania depesz agencyjnych oraz poznają specyfikę pracy w agencjach prasowych, takich jak Polska Agencja Prasowa (PAP) czy inne międzynarodowe instytucje tego typu. Prowadzący kładzie nacisk na rozwijanie umiejętności precyzyjnego, bezstronnego i zwięzłego przekazywania informacji, zgodnie z wymogami profesjonalnego dziennikarstwa agencyjnego. W trakcie zajęć studenci zdobędą wiedzę na temat: - zasad konstrukcji tekstów informacyjnych, - różnic między depeszami agencyjnymi a innymi formami dziennikarskimi, - praktycznego zastosowania narzędzi cyfrowych w pracy dziennikarza, - etyki zawodowej i odpowiedzialności za przekaz medialny.

	Zajęcia mają również na celu rozwijanie umiejętności analizy rynku mediów oraz przygotowanie studentów do pracy w dynamicznym środowisku informacyjnym, uwzględniającym konwergencję mediów i nowe technologie. Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów ze specyfiką pracy dziennikarza agencyjnego oraz rolą agencji informacyjnych we współczesnym systemie medialnym. W ramach zajęć studenci zdobędą podstawową wiedzę teoretyczną oraz nabędą praktyczne umiejętności niezbędne w tym obszarze dziennikarstwa.
--	--

Treści programowe

Temat/blok zajęć:	Liczba godzin
Dziennikarstwo agencyjne:	
1. Analiza tekstów agencyjnych: Identyfikacja gatunku, struktury, języka, źródeł	3
2. Redagowanie „headlinów” i krótkich notek: Ćwiczenia w zwięzłym przekazywaniu kluczowych informacji	3
3. Pisanie depeesz: Tworzenie informacji agencyjnych na podstawie różnych materiałów źródłowych	3
4. Redagowanie zapowiedzi i kalendarzów: Gromadzenie i porządkowanie informacji o przyszłych wydarzeniach	3
5. Tworzenie serwisów: Łączenie i redagowanie powiązanych tematycznie depeesz	3
6. Selekcja i hierarchizacja: Ćwiczenia w wyborze najważniejszych informacji	3
7. Weryfikacja informacji: Praktyczne zadania z fact-checkingu	3
8. Praca ze źródłami: Redagowanie informacji z komunikatów prasowych, konferencji, wywiadów	3
9. Skracanie i adaptacja tekstów: Dostosowywanie materiałów do wymogów agencyjnych	3
10. Symulacja pracy redakcji: Wspólne tworzenie serwisu informacyjnego dnia (jeśli warunki na to pozwolą)	3
Łącznie godzin:	30

Opis przedmiotowych efektów uczenia się i sposoby ich weryfikacji

Kategoria efektu (W, U, K)	<u>Kierunkowe</u> efekty uczenia się (co ogólnie absolwent po tych studiach będzie wiedział i umiał)	<u>Opis przedmiotowych</u> efektów uczenia się (wyłącznie czasownikami operacyjnymi - czynności, które da się zweryfikować, mierzalne; w nawiasie należy podać numery tematów zajęć, które realizują dany efekt) (co konkretnie student po tym przedmiocie będzie wiedział i umiał)	Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (np.: kolokwium pisemne, egzamin ustny, egzamin pisemny, sprawozdanie, prezentacja na zajęciach, raport, projekt indywidualny, grupowy..)
DL_W02	Ma fundamentalną wiedzę o instytucjach społecznych	W1 – student omawia, wie, jak działają agencje informacyjne i jaką pełnią rolę w społeczeństwie (tematy 1-3)	Praca pisemna (depesza agencyjna)
DL_W05	Ma w zaawansowanym stopniu wiedzę z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach, zna główne teorie medioznawcze	W2 – student wymienia podstawowe teorie dotyczące mediów i komunikacji społecznej, przydatne w pracy dziennikarza (tematy 1-3)	Praca pisemna (depesza agencyjna)
DL_W15	W zaawansowanym stopniu zna i rozumie podstawowe pojęcia i teorie z zakresu kompetencji medialnych, informacyjnych i cyfrowych	W3 – student określa sposoby korzystania z mediów, informacji i narzędzi cyfrowych w pracy dziennikarskiej. (tematy 4-10)	Praca pisemna (depesza agencyjna)
DL_U03	Potrafi analizować i łączyć ze sobą różne fakty i problemy z zakresu historii mediów i dziennikarstwa	U1 – student analizuje informacje i łączy fakty z różnych źródeł (tematy 4-10)	Praca pisemna (depesza agencyjna), aktywność podczas zajęć
DL_U05	Potrafi dostrzegać relacje między mediami a zjawiskami i procesami politycznymi, ekonomicznymi, społecznymi i kulturowymi	U2 – student określa powiązania mediów z polityką, gospodarką i społeczeństwem. (tematy 4-10)	Praca pisemna (depesza agencyjna), aktywność podczas zajęć

Metody dydaktyczne

(dostosowane do przedmiotowych efektów uczenia się)

1.	Dyskusja
2.	Praca z materiałami dziennikarskimi
3.	Prace zadawane do domu

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	15	30/1
	przygotowanie do zaliczenia	15	

Kryteria oceny końcowej

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

Forma zaliczenia: praca pisemna w formie gotowej do publikacji depeszy agencyjnej.

W1, W2, W3, U1, U2

Na ocenę 5 – student bardzo dobrze rozumie, jak działają agencje informacyjne i jaką pełnią rolę w społeczeństwie. Potrafi trafnie wymienić i omówić podstawowe teorie medioznawcze, wykazując zrozumienie ich zastosowania w praktyce dziennikarskiej. Sprawnie posługuje się narzędziami cyfrowymi i informacyjnymi, potrafi wskazać ich zastosowanie w pracy redakcyjnej. Umie samodzielnie analizować informacje, łączyć fakty z różnych źródeł oraz wskazywać powiązania między mediami a zjawiskami politycznymi, gospodarczymi i społecznymi, popierając swoje wypowiedzi konkretnymi przykładami.

Na ocenę 4 – student poprawnie opisuje działanie agencji informacyjnych i zna ich funkcje, choć wypowiedzi mogą być mniej szczegółowe. Wymienia podstawowe teorie medioznawcze i rozpoznaje ich znaczenie, ale nie zawsze potrafi je w pełni odnieść do praktyki. Zna ogólne zasady korzystania z narzędzi cyfrowych i informacyjnych, choć nie zawsze dobiera je trafnie do sytuacji. Potrafi analizować informacje i łączyć fakty, ale może mieć trudność z pełnym ujęciem kontekstu. Dostrzega zależności między mediami a innymi sferami życia społecznego, jednak w sposób mniej pogłębiony.

Na ocenę 3 – student w podstawowym zakresie rozumie, czym są agencje informacyjne i do czego służą, ale jego wiedza jest powierzchowna. Potrafi wymienić pojedyncze teorie medioznawcze, lecz bez głębszego zrozumienia. Wykazuje ogólne pojęcie o narzędziach informacyjnych i cyfrowych, jednak nie potrafi wskazać ich konkretnych zastosowań. Analiza informacji i łączenie faktów sprawiają mu trudność, a opisy relacji między mediami a społeczeństwem są ogólne i mało precyzyjne.

Literatura obowiązkowa

1.	Fras, Janina. „Dziennikarski warsztat językowy”. Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, 2005.
2.	Hicks, Wynford, et al. “Writing for Journalists”. Routledge, (wybrane wydanie, np. 2016).
3.	Planeta, Piotr. „Agencje informacyjne”. Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, 2010. (lub inne opracowanie dotyczące specyfiki agencji)
4.	Wolny-Zmorzyński, Kazimierz, et al. (red.). „Dziennikarstwo agencyjne”. Poltext, 2013. (lub nowsze wydanie)
5.	Materiały szkoleniowe i stylebooki wybranych agencji prasowych (np. PAP, Reuters, AP – dostępne online lub udostępnione przez prowadzącego).

Literatura uzupełniająca

1.	Harari, Yuval Noah. “Nexus. Krótka historia informacji”, Wydawnictwo Literackie, 2024
2.	Boyd-Barrett, Oliver, Rantanen, Terhi (eds.). „The Globalization of News”. Sage Publications, 1998.
3.	Harcup, Tony. “Journalism: Principles and Practice”. Sage Publications, (wybrane wydanie, np. 2015).
4.	Hess, Stephen, Kalb, Marvin (eds.). “The Media and the War on Terrorism”. Brookings Institution Press, 2003. (Rozdziały dotyczące roli agencji).
5.	Kovach, Bill, Rosenstiel, Tom. “The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect”. Three Rivers Press, (wybrane wydanie, np. 2014).
6.	Pisarek, Walery. „Słowa między ludźmi”. Ossolineum, 2004. (Rozdziały dotyczące komunikacji masowej i języka mediów).
7.	Putnis, Peter, et al. “News Agencies in the Turbulent Era of the Internet”. Nordicom, University of Gothenburg, 2015.

* 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)