

Informacje podstawowe

Nazwa przedmiotu	Komunikacja werbalna i niewerbalna w kulturze
Prowadzący	dr Dagmara Jaszewska
Wydział	Wydział Nauk o Komunikacji i Dziennikarstwa
Kierunek	Dziennikarstwo i komunikacja społeczna
Poziom studiów	I
Profil studiów	ogólnoakademicki
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_W15, DL_W16, DL_U07, DL_U16, DL_K03
Rodzaj zajęć (wybór z listy*)	wykład
Liczba godzin	30
Liczba ECTS	2
Wymagania wstępne	Brak wymagań.
Opis i cele przedmiotu Komunikacja werbalna i niewerbalna w kulturze	Przedmiot ma na celu wprowadzenie studentów w istotne zagadnienia teoretyczne dotyczące komunikacji werbalnej i niewerbalnej, zwłaszcza w podstawowe koncepcje teoretyczne i modele obu form komunikacji. Na wykładzie przedstawione i przeanalizowane zostaną również wybrane możliwe błędy popełniane przy komunikowaniu werbalnym i niewerbalnym, a także metody ich unikania. Zagadnienia komunikacji werbalnej i niewerbalnej przedstawione zostaną również w kontekście komunikacji kulturowej i międzykulturowej, a także w kontekście dziennikarstwa. Drugim celem zajęć jest poznanie praktycznych zasad komunikacji werbalnej i niewerbalnej w odniesieniu do zawodu dziennikarza.

Treści programowe

Temat/blok zajęć:	Liczba godzin
Komunikacja werbalna i niewerbalna w kulturze:	
1. Komunikacja werbalna i niewerbalna – wprowadzenie	2
2. Teorie komunikacji: komunikacja jako przekaz	2
3. Teorie komunikacji: semiotyczna szkoła komunikacji	2
4. Komunikacja kulturowa – aspekty werbalne i niewerbalne	2
5. Podstawy komunikacji międzykulturowej – aspekty werbalne i niewerbalne	2
6. Międzykulturowe bariery komunikacyjne i ich wpływ na komunikację werbalną i niewerbalną	2
7. Typy kultur a komunikowanie	2
8. Komunikacja werbalna: akty mowy, funkcje języka, hipoteza Sapira-Wortha	2
9. Dialog. Teoria konwersacji	2
10. Perswazja i manipulacja w komunikacji werbalnej i niewerbalnej	2
11. Negatywne zjawiska komunikacyjne w mediach	2
12. Komunikacja werbalna w public relations, marketingu politycznym, promocji i reklamie	2
13. Komunikacja niewerbalna w marketingu politycznym i reklamie wizualnej	2
14. Komunikacja wizualna w mediach (film)	2
15. Test końcowy	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>	Opis przedmiotowych efektów uczenia się <i>(wyłącznie czasownikami operacyjnymi - czynności, które da się zweryfikować, mieralne; 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_W15	W zaawansowanym stopniu zna i rozumie podstawowe pojęcia i teorie z zakresu kompetencji medialnych, informacyjnych i cyfrowych	W1 – student w zaawansowanym stopniu zna podstawowe koncepcje komunikacji werbalnej i niewerbalnej, zwłaszcza w odniesieniu do tworzenia, rozpowszechniania i odbioru treści medialnych (tematy 1-5, 15)	Test końcowy
DL_W16	W zaawansowanym stopniu zna i rozumie podstawowe pojęcia i teorie z zakresu niewerbalnej komunikacji wizualnej	W2: student w zaawansowanym stopniu zna i rozumie podstawowe pojęcia i teorie z zakresu niewerbalnej komunikacji wizualnej (tematy 6-14, 15)	Test końcowy
DL_U07	Potrafi analizować mechanizmy i uwarunkowania decydujące o funkcjonowaniu nowych mediów i mediów masowych krajowych i zagranicznych oraz wskazać najważniejsze podmioty rynku mediów krajowych i zagranicznych	U1 - student potrafi analizować rolę komunikacji werbalnej i niewerbalnej w różnych mediach, a także wskazywać na przemiany obu rodzajów komunikacji pod wpływem współczesnych mediów (tematy 1-15)	Bieżąca ocena aktywności studenta, test końcowy

DL_U16	Potrafi korzystać z narzędzi public relations, marketingu politycznego, promocji i reklamy do przekazu medialnego	U2 – student potrafi wykorzystać wiedzę z zakresu komunikacji werbalnej i niewerbalnej w tworzeniu przekazów medialnych z zakresu public relations, marketingu politycznego, promocji i reklamy (tematy 1-9)	Praca pisemna
DL_K03	Jest przygotowany do świadomego dostrzegania problemów etycznych i prawnych dotyczących pozyskiwania, zarządzania i wykorzystywania informacji	K1: jest świadomy problemów etycznych i prawnych dotyczących pozyskiwania, zarządzania i wykorzystywania informacji w komunikacji werbalnej i niewerbalnej (tematy 1-14)	Praca pisemna, bieżąca ocena aktywności studenta

Metody dydaktyczne

(dostosowane do przedmiotowych efektów uczenia się)

1.	Wykład problemowy
2.	Dyskusja akademicka
3.	Praca z tekstami
4.	Praca w grupach

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, osobiste lektury	15	30/1
	praca w ramach zaliczenia śródkresowego i przygotowanie do testu końcowego	15	

Kryteria oceny końcowej

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

Ocena końcowa jest średnią ważoną wyliczaną na podstawie ocen cząstkowych za: test końcowy (50%), pracę pisemną (25%), aktywność podczas zajęć dyskusji (25%).

Warunkiem zaliczenia jest: odpowiednia frekwencja na wykładzie, napisanie testu na przynajmniej 51%, złożenie pracy pisemnej.

Frekwencja na zajęciach: dopuszczalne są 2 nieobecności nieusprawiedliwione.

Nieobecności należy usprawiedliwić w ciągu 2 tygodni, albo zaliczyć na dyżurze prowadzącego w ciągu 3 tygodni.

Test końcowy pisemny: (weryfikacja efektów uczenia się: W1, W2, U1)

Materiał - treści wykładu, treści obowiązkowych lektur

na ocenę 3 – 51-60%

na ocenę 3,5 – 61-70%

na ocenę 4 – 71-80%

na ocenę 4,5 – 81-90%

na ocenę 5 – powyżej 91%

Zaliczenie śródkresowe: przygotowanie pracy pisemnej - tekstu medialnego z zakresu (do wyboru): public relations, marketingu politycznego, promocji i reklamy (weryfikacja efektów uczenia się: U2, K1)

- przygotowanie ilustrowanego tekstu z zakresu public relations, marketingu politycznego lub promocji/reklamy (wybór w konsultacji z prowadzącym), z wykorzystaniem wiedzy na temat komunikacji werbalnej i niewerbalnej. Objętość - 1-2 strony znormalizowanego maszynopisu

Tekst należy zredagować zgodnie z zasadami obowiązującymi w (wydawany przez Instytut Edukacji Medialnej i Dziennikarstwa) kwartalniku naukowym „Kultura - Media - Teologia” (zob. <https://czasopisma.uksw.edu.pl/index.php/kmt/announcement/view/147>).

Pracę należy przesłać w określonym terminie na adres: d.jaszewska@uksw.edu.pl

Na obniżenie oceny wpływa: niedotrzymanie terminu, niesamodzielność, błędy merytoryczne (dotyczące zasad komunikacji werbalnej i niewerbalnej), błędy redakcyjne, nietrzymanie się limitów długości tekstu;

Na podwyższenie oceny wpływa: dotrzymanie terminu, właściwe zastosowanie zasad komunikacji werbalnej i niewerbalnej, pomysłowość i samodzielność, staranna redakcja.

Bieżąca ocena aktywności studenta: punkty za aktywność: (weryfikacja EK:U1, K1)

Punkty za aktywność można otrzymać na wszystkich zajęciach (poza zajęciami przeznaczonymi na zaliczenia), za merytoryczne wypowiedzi w dyskusji oraz za odpowiedzi na pytania związane ze znajomością lektur obowiązkowych. Łącznie można zdobyć 13 punktów. Za odpowiedzi niepełne/niezadowolające otrzymać można punkty cząstkowe, które składają się na punkty właściwe.

na ocenę 3: 2-3 punkty

na ocenę 3,5: 4-5 punktów

a ocenę 4: 6-7 punktów

na ocenę 4,5: 8-9 punktów
na ocenę 5: powyżej 10 punktów

Literatura obowiązkowa

1.	J. Fiske, Wprowadzenie do badań nad komunikowaniem, Wrocław 2008.
2.	J. Mikułowski-Pomorski, Jak narody porozumiewają się ze sobą w komunikacji międzykulturowej i komunikowaniu medialnym, Universitas, Kraków 2012.
3.	Pawłowska-Jądrzyk, B. (red.), <i>Enklawy wpływu pośredniego: o perswazji niewerbalnej w przekazach artystycznych</i> , Warszawa: Wydawnictwo Naukowe UKSW, 2023 (fragmenty).

Literatura uzupełniająca

1.	Akram, S., Agresja językowa w komentarzach internetowych, w: <i>Współczesne media : przemoc w mediach</i> . T. 1. Lublin 2020.
2.	Czupryk, R. Odpowiedzialność za słowo w kulturze komunikacji medialnej, „Resovia Sacra: studia teologiczno-filozoficzne Diecezji Rzeszowskiej”, 2022.
3.	Fiut, I. S., Komunikacja niewerbalna a «mowa nienawiści», w: <i>Współczesne media: przemoc w mediach</i> . T. 1. 2020.
4.	Habrajska, Grażyna, Perswazja i manipulacja w komunikacji: wybrane zagadnienia, Łódź 2020.
5.	Jaszewska, D., Hymn Bojowy Republiki i bary pełne historii. Roya Anderssona wizualna teoria wojny (jako przykład komunikacji kulturowej), „Facta Simonidis” 2024 nr 4.
6.	Jaszewska, D., Komunikowanie wiary a język filmu. Spojrzenie medio-i-kulturoznawcze, w: <i>Ukazać niewidzialne. Film religijny w perspektywie teologii środków społecznego przekazu i języka mediów</i> , red. G. Łęcicki, M. Butkiewicz, Warszawa 2019.
7.	Jaszewska, J., Perswazja religijna w filmie Eter Krzysztofa Zanussiego, w: B. Pawłowska-Jądrzyk (red.), <i>Enklawy wpływu pośredniego</i> , Wydawnictwo naukowe UKSW, Warszawa 2023.
8.	Jaszewska, D., Sacrum czy simulacrum? O świecie obrazu Świadków Jehowy, w: <i>Obrazy w działaniu. Studia z socjologii i antropologii obrazu</i> , red. K. Olechnicki, Toruń 2003.
9.	Lewiński, Piotr H. „Pragmatyka komunikacji wizualnej i wizualno-werbalnej na przykładzie kodu emoji / Piotr Lewiński.” <i>Teorie i praktyki komunikacji</i> . N.p., 2021.
10.	Makowski, M., Niewerbalna komunikacja w reklamie telewizyjnej : zastosowanie i oddziaływanie, Warszawa 2020.
11.	Piotrowicz-Krenc, Anna i in. <i>Kultura komunikacji w czasach kryzysów / pod redakcją Anny Piotrowicz-Krenc, Małgorzaty Witaszek-Samborskiej</i> ,

	Krzysztofa Skibskiego, Eweliny Woźniak-Wrzesińskiej. Poznań: Wydawnictwo „Poznańskie Studia Polonistyczne”, 2023.
12.	Sobczak, J., Kakareko, K., Mowa nienawiści w przekazie internetowym a wolność słowa, w: Prawna kwalifikacja mowy nienawiści : krajowe i europejskie uwarunkowania nadużycia wolności wypowiedzi, 2024.
13.	Szczepaniak-Olejniczak, A., Między słowem a gestem, czyli O niespójnościach między werbalną a niewerbalną warstwą wypowiedzi oraz o tak zwanych niewerbalnych sygnałach kłamstwa, „Rocznik Towarzystwa Naukowego Płockiego” t. 12, 2020.

* 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)