

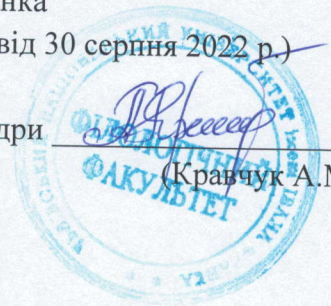
МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Львівський національний університет імені Івана Франка
Філологічний факультет
Кафедра польської філології

Затверджено

на засіданні кафедри польської філології
філологічного факультету
Львівського національного університету
імені Івана Франка
(протокол № 1 від 30 серпня 2022 р.)

Завідувач кафедри


(Кравчук А.М.)



Силабус з навчальної дисципліни

«ПОЛЬСЬКЕ МЕДІЙНЕ МОВЛЕННЯ»,

**що викладається в межах ОПП (ОПН) «Польська мова та
література» другого (магістерського) (освітньо-наукового) рівня вищої
освіти для здобувачів з спеціальності**

**035 Філологія. Спеціалізація 035.033 слов'янські мови та літератури
(переклад включно), перша – польська, 035.032 слов'янські мови та
літератури (переклад включно), перша – болгарська, 035.037 слов'янські
мови та літератури (переклад включно), перша – хорватська, 035.038
слов'янські мови та літератури (переклад включно), перша – чеська**

**Силабус курсу «Польське медійне мовлення»
2022/2023 навчального року**

Назва курсу	Польське медійне мовлення
Адреса викладання курсу	Львівський національний університет ім. Івана Франка м. Львів, вул. Університетська, 1.
Факультет та кафедра, за якою закріплена дисципліна	Філологічний факультет, кафедра польської філології
Галузь знань, шифр та назва спеціальності	Галузь знань 03 Гуманітарні науки. Спеціальність 035 Філологія. Спеціалізація 035.033 слов'янські мови та літератури (переклад включно), перша – польська, 035.036 слов'янські мови та літератури (переклад включно), перша – словацька, 035.035 слов'янські мови та літератури (переклад включно), перша – сербська, 035.038 слов'янські мови та літератури (переклад включно), перша – чеська
Викладачі курсу	доц. Стефанишин Ю.М.
Контактна інформація викладачів	yuliia.stefanyshyn@lnu.edu.ua
Консультації по курсу відбуваються	понеділок (11.00-13.00)
Сторінка курсу	https://philology.lnu.edu.ua/course/polske-medijne-movlennya
Інформація про курс	Завданням курсу «Польське медійне мовлення» є ознайомити студентів з мовними особливостями польських ЗМІ (преси, радіо, телебачення, Інтернету, а також рекламних текстів в ЗМІ).
Коротка анотація курсу	<p>Курс «Польське медійне мовлення» передбачає обговорення основних аспектів, характерних для текстів різноманітних польських засобів масової інформації, а, зокрема: преси, радіо, телебачення, Інтернету, а також рекламних текстів в ЗМІ. Аналіз матеріалу здійснюватиметься з урахуванням специфічної фразеології, лексики, граматичних конструкцій, фонетичних особливостей, а також прагматичної складової, властивих для певних типів польських засобів масової інформації.</p> <p>Особливу увагу буде присвячено самостійним проектам, які готуватимуть самі студенти.</p>
Мета та цілі курсу	<p>Метою викладання навчальної дисципліни «Польське медійне мовлення» є ознайомити студентів з особливостями мовлення в польських засобах масової інформації (пресі, радіо, телебаченні, Інтернеті, рекламних текстів в ЗМІ) з урахуванням аналізу різних рівнів мовної структури.</p> <p>Основними завданнями вивчення дисципліни «Польське медійне мовлення» є:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) повторити теоретичну базу про мовну норму, її диференціацію, узус; 2) систематизувати знання студентів про нормативні явища польської мови на всіх її рівнях; 3) ознайомити студентів із поняттям й історією виникнення польських засобів масової інформації, а також показати специфіку польського терміна <i>medium</i>; 4) представити типологію польських засобів масової

	<p>інформації;</p> <p>5) розглянути медійні жанри;</p> <p>6) проаналізувати на конкретних прикладах особливості мовлення польської преси;</p> <p>7) проаналізувати на конкретних прикладах особливості мовлення польського радіо;</p> <p>8) проаналізувати на конкретних прикладах особливості мовлення польського телебачення;</p> <p>9) проаналізувати на конкретних прикладах особливості мовлення Інтернету (окремих жанрів Інтернет-комунікації);</p> <p>10) проаналізувати на конкретних прикладах особливості рекламних текстів;</p> <p>11) розглянути засоби впливу мас-медіа на глядача / слухача / читача.</p>
<p>Література для вивчення дисципліни</p>	<p><i>Основна</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bralczyk J., Majkowska G. Język mediów – perspektywa aksjologiczna. [W:] Język w mediach masowych. Warszawa, 2001. S. 43-50. 2. Bralczyk J., Język na sprzedaż, Warszawa, 1995. 3. Gajda G. Media – stylowy tygiel współczesnej polszczyzny. [W:] Język w mediach masowych. Warszawa, 2001. S.19-27. 4. Grybosiova A. O dystansie, szacunku i tolerancji w mediach. [W:] Język w mediach masowych. Warszawa, 2001. S. 60-66. 5. Kabata M. Manipulacja językowa w nagłówkach prasowych. [W:] Nowe zjawiska II: w języku, tekście i komunikacji. Olsztyn, 2008. S. 148-159. 6. Kita M. Dyskurs prasowy. [W:] Przewodnik po stylistyce polskiej. Style współczesnej polszczyzny. Red. E. Malinowska, Jolanta Nocoń, Urszula Żydek-Bednarczuk. Kraków, 2013. S. 199-288. 7. Kita M. Dyskurs radiowy. [W:] Przewodnik po stylistyce polskiej. Style współczesnej polszczyzny. Red. E. Malinowska, Jolanta Nocoń, Urszula Żydek-Bednarczuk. Kraków, 2013. S. 313-346. 8. Lewicki M.A., Nowak P. Manipulacja językowa w mediach. [W:] Język w mediach masowych. Warszawa, 2001. S. 34-42. 9. Loewe I. Dyskurs telewizyjny. [W:] Przewodnik po stylistyce polskiej. Style współczesnej polszczyzny. Red. E. Malinowska, Jolanta Nocoń, Urszula Żydek-Bednarczuk. Kraków, 2013. S. 189-311. 10. Loewe I. Styl reklamy komercyjnej. [W:] Przewodnik po stylistyce polskiej. Style współczesnej polszczyzny. Red. E. Malinowska, Jolanta Nocoń, Urszula Żydek-Bednarczuk. Kraków, 2013. S. 381-406. 11. Mosiołek-Kłosińska K. Wulgaryzacja języka w mediach. [W:] Język w mediach masowych, Warszawa, 2000. S. 112-119. 12. Satkiewicz H. Językowe przejawy agresji w mediach [W:] Język w mediach masowych. Warszawa, 2001. S. 28-33. 13. Pease A. Mowa ciała, przeł. J. Grabiak. Poznań, 2013. 14. Zdunkiewicz-Jedynak D. Wykłady ze stylistyki. Warszawa, 2008. S. 59-71. 15. Zimny R., Kreowanie obrazów świata w tekstach reklamowych, Warszawa, 2008.

16. Żydek-Bednarczuk U. Dyskurs internetowy. [W:] Przewodnik po stylistyce polskiej. Style współczesnej polszczyzny. Red. E. Malinowska, Jolanta Nocoń, Urszula Żydek-Bednarczuk. Kraków, 2013. S. 347-379.
17. Żydek-Bednarczuk U. Dyskurs medialny. [W:] Przewodnik po stylistyce polskiej. Style współczesnej polszczyzny. Red. E. Malinowska, Jolanta Nocoń, Urszula Żydek-Bednarczuk. Kraków, 2013. S. 179-199.

Додаткова

18. Balowski M. (red.). W świecie mediów. Opole, 1999.
19. Baranowska-Szczepeńska M., Smol J. „*Mój pierwszy raz...*”. Czyli o sposobach łamania tabu w czasopiśmie młodzieżowych. [W:] Dąbrowska A. (red.), Język a Kultura, t. 21: tabu w języku i kulturze. Wrocław, 2009.
20. Bartoń K. Cechy reportażu w rubryce „Na własne oczy” w tygodniku „Polityka” (2001–2004). [W:] Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska. Sectio K, Politologia, nr 14, 2007.
21. Batko A. Sztuka perswazji, czyli język wpływu i manipulacji w praktyce. Gliwice, 2006.
22. Bauer Z., Chudziński E. (red.), Dziennikarstwo i świat mediów, Kraków, 2000.
23. Becela J., Gruszczyński W. Polszczyzna na czatach. [W:] Studia Medioznawcze, nr 3 (13), 2003.
24. Błażejewska J. Językowe środki perswazji w nagłówkach publikacji politycznych. [W:] Michalewski K. (red.). Regulacyjna funkcja tekstów. Łódź, 2000.
25. Biernacka-Ligieża I. Wulgaryzmy w prasie alternatywnej. Wrocław, 2005.
26. Bogołębska B. Retoryka pism codziennych na przykładzie „Gazety Wyborczej” i „Rzeczpospolitej”. [W:] Bogołębska B., Kudra A. (red.). Wypowiedź dziennikarska. Teoria i praktyka, Łódź, 2008.
27. Bogołębska B., Worsowicz M. (red.). Styl – dyskurs – media. Łódź, 2010.
28. Bogunia-Borowska M. Telewizja śniadaniowa, czyli codzienność z telewizją na żywo. [W:] Bogunia-Borowska M. (red.), Barwy codzienności. Analiza socjologiczna. Warszawa, 2009.
29. Boniecka B., Panasiuk J. O języku audycji radiowych. Lublin, 2001.
30. Borkowski I., Woźny A. (red.). Nowe media – nowe w mediach. Wrocław, 2001.
31. Filipczak-Białkowska (red.). Dyskursy komunikacji medialnej. Łódź, 2011.
32. Drzał-Sierocka A., Godzic W. (red.). Media audiowizualne. Podręcznik akademicki. Warszawa, 2010.
33. Bryła J. Modyfikacje frazeologizmów i przysłów w przekazach prasowych o profilu polityczno-społecznym. [W:] Michalewski K. (red.). Język nowych mediów, Łódź, 2012.
34. Bugajski M. Kultura tabloidów a język. [W:] Kamińska-Szmaj I., Piekot T., Poprawa M. (red.). Tabloidyzacja języka i kultury, Wrocław, 2010.
35. Cieśla B. Polisemia jako źródło dowcipu językowego w

- czasopiśmie „Wolne żarty”. [W:] *Conversatoria Linguistica. Międzynarodowy rocznik naukowy. Rok III : 2009*, Instytut Filologii Polskiej Akademii Podlaskiej, 2010.
36. Dobosiewicz J. *Magia tytułu prasowego*. [W:] Michalewski K. (red.). *Język nowych mediów*, Łódź, 2012.
 37. Gackowski T., Dziedzic J. (red.). *Manipulacja w mediach. Media o manipulacji*. Warszawa, 2011.
 38. Grzenia J. *Komunikacja językowa w Internecie*. Warszawa, 2006.
 39. Filiciak M., *Ptaszek G.* (red.). *Komunikowanie (się) w mediach elektronicznych. Język,*
 40. *edukacja, semiotyka*. Warszawa, 2009.
 41. Jasińska M. *Językowy savoir-vivre w Internecie*. [W:] Habrajska G. (red.), *Język w komunikacji*, t. 3, Łódź, 2001.
 42. Kępa-Figura D. *Gry językowe we współczesnej komunikacji medialnej – semantyczna i pragmatyczna analiza języka mediów*. [W:] „*Prace Językoznawcze*”, t. XI, Olsztyn. 2009.
 43. Klimczak K. *Piękno i brzydota w wybranych reportażach radiowych*. [W:] Kamińska M. (red.), *Pogranicza*. Łódź, 2007.
 44. Kozieł A. *Publicystyka w TVP do 1989 roku. Przegląd informacji*. [W:] *Studia Medioznawcze*, nr 1, 2002.
 45. Lalewicz J. *Telewizja i kształt potocznego świata*. [W:] Hopfinger M. (red.), *Nowe media w komunikacji społecznej w XX wieku. Antologia*. Warszawa, 2002.
 46. Loewe I. *Parateksty w radiu*. [W:] *Gatunki paratekstowe w komunikacji medialnej*. Katowice, 2007.
 47. Markowski A. *Jawne i ukryte zapożyczenia leksykalne w mediach*. [W:] *Język w mediach masowych*, Warszawa, 2000.
 48. Marszałek-Kawa J. (red.). *Współczesne oblicza mediów*. Toruń, 2005
 49. Nowak P. , Tokarski R. (red.). *Kreowanie świata w języku mediów*. Lublin, 2007.
 50. Ostromecka-Frączak B., Grochulska E. *Intertekstualność reklamy telewizyjnej*. [W:] Michalewski K. (red.), *Tekst w mediach*. Łódź, 2002.
 51. Panasiuk J. *Pragmatyka agresji w audycjach dla dzieci i młodzieży*. [W:] Dąbrowska A., Nowakowska A. (red.), *Język a Kultura*, t. 17: *Życzliwość i agresja w języku i kulturze*. Wrocław, 2005.
 52. Pisarek W. *O mediach i języku*. Krakow, 2007.
 53. Pisarek W. *Prasa – nasz chleb powszedni*. Wrocław, 1978.
 54. Podracki J. *Potoczne elementy językowe w polszczyźnie radia i telewizji*. [W:] Bralczyk J., Mosiołek-Kłosińska K. (red.), *Język w mediach masowych*. Warszawa, 2000.
 55. Smółka L. *Wpływ reklamy telewizyjnej na język dziecka*. [W:] Ożdżyński J. (red.), *Językowy obraz świata dzieci i młodzieży*. Krakow, 1995.
 56. Sosnowska N. *Perswazyjna funkcja przymiotników i przysłówków w tekstach komentarzy radiowych*. [W:] Michalewski K. (red.), *Regulacyjna funkcja tekstów*. Łódź, 2000.
 57. Wolny-Zmorzyński K., Furman W. (red.). *Internetowe gatunki dziennikarskie*. Warszawa, 2010.
 58. Worsowicz M. *Gatunki prasowe. Poradnik dla uczniów i nie*

	<p>tylko... Łódź, 2006.</p> <p>59. Żmigrodzki P. O intertekstualności dyskursu politycznego w mediach (na przykładzie radiowych rozmów z politykami). [W:] Borkowski I., Woźny A. (red.), Nowe media – nowe w mediach. Wrocław, 2001.</p> <p>60. Żydek-Bednarczuk U. Tekst w Internecie i jego wyznaczniki. [W:] Kita M., Grzenia J., (red.), Dialog a nowe media. Katowice, 2004.</p> <p><i>Інформаційні ресурси</i></p> <p>http://retropress.pl/ https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/Polska-Srodki-przekazu-Prasa;4575131.html http://rep.up.krakow.pl/xmlui/bitstream/handle/11716/2152/PM312--Polskojezyczna-prasa-gadzinowa-w-tzw-Starej-Rzeszy--Wozniakowski.pdf?sequence=1&isAllowed=y https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/Polska-Srodki-przekazu-Radio;4575132.html https://pl.wikipedia.org/wiki/Historia_radiofonii_w_Polsce_%E2%80%93_93_kalendarium https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/Polska-Srodki-przekazu-Telewizja;4575133.html https://pl.wikipedia.org/wiki/Lista_polskich_czasopism https://www.egazety.pl/index.html https://www.youtube.com/watch?v=ph1NlusPSCI http://charliethelibrarian.com/reklama-w-prasie/ https://reporterzy.info/historia-mediow.html http://www2.polskieradio.pl/archiwum/ https://onlineradio.pl/ https://pl.wikipedia.org/wiki/Audycja_radiowa https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/fotografia-prasowa;3902221.html https://reporterzy.info/7,historia_fotografii_prasowej.html https://pl.wikipedia.org/wiki/Fotoreporta%C5%BC https://staratelewizja.fandom.com/pl/wiki/Archiwalne_ram%C3%B3w_i_telewizyjne https://pl.wikipedia.org/wiki/Telewizja_Polska https://pl.wikipedia.org/wiki/Telewizja_w_Polsce https://edukacjamedialna.edu.pl/media/catalogue/attachment/gatunki-w-mediach/Gatunki_telewizyjne.pdf https://pl.wikipedia.org/wiki/Dziennikarstwo_internetowe https://www.semtalk.pl/lista-400-polskich-forow-internetowych/ https://www.youtube.com/watch?v=Ix3wY0mtbAU https://www.youtube.com/watch?v=t_k14Jcq9Cc http://leksykografia.uw.edu.pl/ https://www.youtube.com/watch?v=VWwuOglhscU https://www.polskieradio.pl/39/156/Artykul/1977419,Merkuriusz-Polski-Ordynaryjny-pierwsza-polska-gazeta</p>
Тривалість курсу	Один семестр (2-й магістратури)
Обсяг курсу	Загальний обсяг 90 годин, у т. ч. 16 лекційних і 16 практичних занять і 58 годин самостійної роботи. 3 кредити ЄКТС. 1 модуль.

Очікувані результати навчання	<p>Студент повинен знати:</p> <ul style="list-style-type: none"> • найважливіші відомості про історію виникнення, формування польських засобів масової інформації; • типологію польських засобів масової інформації, медійні жанри; • основні специфічні риси мовлення польської преси; • основні специфічні риси мовлення польського радіо; • основні специфічні риси мовлення польського телебачення; • основні специфічні риси мовлення Інтернету; • основні специфічні риси рекламних текстів в польських ЗМІ; • засоби впливу мас-медіа на глядача / слухача. <p>вміти:</p> <ul style="list-style-type: none"> • розрізняти медійні тексти за жанровою диференціацією; • аналізувати тексти польської преси, беручи до уваги сучасну норму польської мови; • аналізувати тексти польського радіо, беручи до уваги сучасну норму польської мови; • аналізувати тексти польського телебачення, беручи до уваги сучасну норму польської мови; • аналізувати польськомовні тексти Інтернет-мережі, беручи до уваги сучасну норму польської мови; • аналізувати польські рекламні тексти, беручи до уваги сучасну норму польської мови; • виявляти особливості мовлення польських засобів масової інформації
Ключові слова	ЗМІ, мовлення радіо, телебачення, преси, Інтернет-комунікація, рекламні тексти
Формат курсу	Очний, заочний
Теми	* СХЕМА КУРСУ
Підсумковий контроль, форма	Залік (2-й семестр)
Пререквізити	«Сучасна польська мова (орфографія)», «Сучасна польська мова (морфологія)», «Сучасна польська мова (фонетика і фонологія)», «Сучасна польська мова (синтаксис)», «Польська фразеологія», «Культура польської мови».
Навчальні методи та техніки, які будуть використовуватися під час викладання курсу	Лекція, бесіда, наочні матеріали (ілюстрація, презентація), методи стимулювання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності, методи контролю і самоконтролю (усне опитування, письмовий контроль, тестові завдання, написання індивідуальних проєктів). На заняттях використовуються автентичні матеріали (тексти, відео, звукозаписи тощо).
Необхідне обладнання	Проектор, ноутбук, колонки
Критерії оцінювання (окремо для кожного виду навчальної діяльності)	<p>Оцінювання проводиться за 100-бальною шкалою. Бали нараховуються так:</p> <ul style="list-style-type: none"> • практичні (індивідуальні проєкти, презентації): 74% семестрової оцінки; максимальна кількість балів 74; • підсумкова контрольна робота: 26% семестрової оцінки. Максимальна кількість балів 26. <p>Підсумкова максимальна кількість балів 100.</p>
Питання до заліку.	1. Історія виникнення польських засобів масової інформації.

	<p>2. Пропаганда у польських засобах масової інформації середини – другої половини ХХ ст., зміни після 1989 року.</p> <p>3. Специфіка польського терміна <i>medium</i>. Типи засобів масової інформації: традиційні і нові.</p> <p>4. Питання адресата і адресанта в медійному просторі.</p> <p>5. Коди, які беруть участь у творенні текстів засобів масової інформації.</p> <p>6. Диференціація жанрів газетної публіцистики. Структура газетної статті.</p> <p>7. Жанрова специфіка польських радіо- і телепередач.</p> <p>8. Блоги, чати і форуми як Інтернет-джерело нової інформації й обміну думками.</p> <p>9. Мовна маніпуляція. Медійне мовлення: аксіологічна перспектива. Мовні прояви агресії в текстах засобів масової інформації, «вульгаризація» медійного мовлення.</p> <p>10. Мовна специфіка текстів польської преси різного типу (в т.ч. «жовтою пресою»): лексика, фразеологія, граматичні конструкції, особливості мовного етикету. Роль заголовків. Найтиповіші мовні помилки журналістів. Мовний образ світу відображений у польській пресі.</p> <p>11. Мовна специфіка польських радіопрограм (ранкові і вечірні програми; розважальні програми; інформаційні програми): лексика, фразеологія, граматичні конструкції, вимова й особливості мовного етикету. Культура мовлення радіо.</p> <p>12. Мовна специфіка польських телепрограм (ранкові і вечірні програми; розважальні програми; політичні ток-шоу; інформаційні програми): лексика, фразеологія, граматичні конструкції, вимова й особливості мовного етикету. Культура мовлення телебачення.</p> <p>13. Мовна специфіка польськомовних текстів Інтернет-простору (блоги, чати, форуми): лексика, фразеологія, граматичні конструкції, особливості мовного етикету, графічне представлення змісту. Культура мовлення в Інтернеті.</p> <p>14. Мова реклами. Рекламні носії. Риси рекламного стилю. Мовна картина світу на основі рекламних текстів. Зміна польських мовленнєвих традицій під впливом реклами.</p>
Опитування	Анкету-оцінку з метою оцінювання якості курсу буде надано по завершенню курсу.

СХЕМА КУРСУ

Тиж. / дата / год.-	Тема, план, короткі тези	Форма діяльності (заняття)	Література	Завдання, год	Термін виконання
	МОДУЛЬ I				
1 тиж. 2 год.	Історія виникнення польських засобів масової інформації. Пропаганда у польських засобах масової інформації середини – другої половини ХХ ст., зміни після 1989 року. Специфіка польського терміна <i>medium</i> . Типи засобів масової інформації: традиційні і нові. Питання адресата і адресанта в медійному просторі. Коди, які беруть участь у творенні текстів засобів масової інформації.	лекція	Gajda G. Media – stylowy tygiel współczesnej polszczyzny. [W:] Język w mediach masowych. Warszawa, 2001. S.19-27. Pease A. Mowa ciała, przeł. J. Grabiak. Poznań, 2013. Żydek-Bednarczuk U. Dyskurs medialny. [W:] Przewodnik po stylistyce polskiej. Style współczesnej polszczyzny. Red. E. Malinowska, Jolanta Nocoń, Urszula Żydek-Bednarczuk. Kraków, 2013. S. 179-199. Zdunkiewicz-Jedynak D. Wykłady ze stylistyki. Warszawa, 2008. S. 59-71.	Опрацювання теоретичного матеріалу. Приготування презентацій про невербальну комунікацію в текстах медійного мовлення (робота в групах). 5 год.	
2 тиж. 2 год.	Невербальна комунікація в текстах медійного мовлення: показ презентацій.	практична			
3 тиж. 2 год.	Медійні жанри. Диференціація жанрів газетної публіцистики. Структура газетної статті. Огляд польських радіо- і телепередач. Блоги, чати і форуми як Інтернет-джерело інформації й обміну думками.	лекція	Żydek-Bednarczuk U. Dyskurs medialny. [W:] Przewodnik po stylistyce polskiej. Style współczesnej polszczyzny. Red. E. Malinowska, Jolanta Nocoń,	Опрацювання теоретичного матеріалу. Приготування презентацій про польські ЗМІ до 1989 р. (робота в групах).	

год.		<p>Urszula Żydek-Bednarczuk. Kraków, 2013. S. 179-199. Zdunkiewicz-Jedynak D. Wykłady ze stylistyki. Warszawa, 2008. S. 71-85. Польська преса до 1989 р. http://retropress.pl/ https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/Polska-Srodki-przekazu-Prasa;4575131.html http://rep.up.krakow.pl/xmlui/bitstream/handle/11716/2152/PM312--Polskojezyczna-prasa-gadzinowa-w-tzw-Starej-Rzeszy--Wozniakowski.pdf?sequence=1&isAllowed=y https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/fotografia-prasowa;3902221.html https://reporterzy.info/7,historia_fotografii_prasowej.html https://pl.wikipedia.org/wiki/Fotoreporta%C5%BC Польське радіо до 1989 р.: https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/Polska-Srodki-przekazu-Radio;4575132.html http://www2.polskieradio.pl/archiwum/ https://pl.wikipedia.org/wiki/Historia_radiofonii_w_Polsce_%E2%80%93_kalendarium Польське телебачення до 1989</p>	5 год.	
------	--	--	--------	--

			<p>p.:</p> <p>https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/Polska-Srodki-przekazu-Telewizja;4575133.html</p> <p>https://staratelewizja.fandom.com/pl/wiki/Archiwalne_ram%C3%B3wki_telewizyjne</p> <p>https://pl.wikipedia.org/wiki/Telewizja_Polska</p> <p>https://pl.wikipedia.org/wiki/Telewizja_w_Polsce</p> <p>Про історію різних ЗМІ (і не лише польських):</p> <p>https://reporterzy.info/historia-mediow.html</p>		
4 тиж. 2 год.	Польські ЗМІ до 1989 р.: показ презентацій.	практична			
5 тиж. 2 год.	Психологічний вплив засобів масової інформації на глядача / слухача. Мовна маніпуляція. Медійне мовлення: аксіологічна перспектива. Мовні прояви агресії в текстах засобів масової інформації, «вульгаризація» медійного мовлення.	лекція	<p>Bralczyk J., Majkowska G. Język mediów – perspektywa aksjologiczna. [W:] Język w mediach masowych. Warszawa, 2001. S. 43-50.</p> <p>Grybosiowa A. O dystansie, szacunku i tolerancji w mediach. [W:] Język w mediach masowych. Warszawa, 2001. S. 60-66.</p> <p>Kabata M. Manipulacja językowa w nagłówkach prasowych. [W:] Nowe zjawiska II: w języku, tekście i</p>	Опрацювання теоретичного матеріалу. Аналіз наукових статей (на вибір студента серед запропонованих тем).	3 год.

			<p>komunikacji. Olsztyn, 2008. S. 148-159.</p> <p>Lewicki M.A., Nowak P. Manipulacja językowa w mediach. [W:] Język w mediach masowych. Warszawa, 2001. S. 34-42.</p> <p>Mosiołek-Kłosińska K. Wulgaryzacja języka w mediach. [W:] Język w mediach masowych, Warszawa, 2000. S. 112-119.</p> <p>Satkiewicz H. Językowe przejawy agresji w mediach [W:] Język w mediach masowych. Warszawa, 2001. S. 28-33.</p> <p>Відеоролик М. Маєвської про мову ненависті: https://www.youtube.com/watch?v=VWwuOglhscU</p>		
6 тиж. 2 год.	Маніпуляція і вульгаризація в ЗМІ: обговорення наукових статей.	практична			
7 тиж. 2 год.	Мовний аналіз сучасних текстів польської преси різного типу (в т.ч. «жовтою пресою»): лексика, фразеологія, граматичні конструкції, особливості мовного етикету. Роль заголовків. Найтиповіші мовні помилки журналістів. Мовний образ світу відображений у польській пресі.	лекція	<p>Kita M. Dyskurs prasowy. [W:] Przewodnik po stylistyce polskiej. Style współczesnej polszczyzny. Red. E. Malinowska, Jolanta Nocoń, Urszula Żydek-Bednarczuk. Kraków, 2013. S. 199-288.</p> <p>Перелік основних польських</p>	Опрацювання теоретичного матеріалу. Індивідуальний проект: мовний аналіз сучасних текстів польської преси різного типу (на прикладі конкретної тематики: спорт, мода, політика тощо).	

			газет і журналів: https://pl.wikipedia.org/wiki/Lista_polskich_czasopism https://www.egazety.pl/index.html	7 год.	
8 тиж. 2 год.	Мовний аналіз сучасних текстів польської преси: індивідуальні проекти.	практична			
9 тиж. 2 год.	Мовний аналіз сучасних польських радіопрограм (ранкові і вечірні програми; розважальні програми; інформаційні програми): лексика, фразеологія, граматичні конструкції, вимова й особливості мовного етикету. Структура і мовно-стилістичні особливості реклами на радіохвилях. Культура мовлення на радіо.	лекція	Kita M. Dyskurs radiowy. [W:] Przewodnik po stylistyce polskiej. Style współczesnej polszczyzny. Red. E. Malinowska, Jolanta Nocoń, Urszula Żydek-Bednarczuk. Kraków, 2013. S. 313-346. https://onlineradio.pl/ https://pl.wikipedia.org/wiki/Audycja_radiowa https://www.polskieradio.pl/39/156/Artykul/1977419,Merkuriusz-Polski-Ordynaryjny-pierwsza-polska-gazeta	Опрацювання теоретичного матеріалу. Індивідуальний проект: мовний аналіз сучасних польських радіопрограм (на прикладі конкретних програм: ранкових, вечірніх, розважальних, інформаційних тощо).	7 год.
10 тиж. 2 год.	Мовний аналіз сучасних польських радіопрограм: індивідуальні проекти.	практична			
11 тиж. 2 год.	Мовний аналіз сучасних польських телепрограм (ранкові і вечірні програми; розважальні програми; політичні ток-шоу; інформаційні програми): лексика, фразеологія, граматичні конструкції, вимова й особливості мовного	лекція	Loewe I. Dyskurs telewizyjny. [W:] Przewodnik po stylistyce polskiej. Style współczesnej polszczyzny. Red. E. Malinowska, Jolanta Nocoń,	Опрацювання теоретичного матеріалу. Індивідуальний проект: мовний аналіз сучасних польських телепрограм (на прикладі	

	етикету. Структура і мовно-стилістичні особливості реклами на телебаченні. Культура мовлення телебачення.		Urszula Żydek-Bednarczuk. Kraków, 2013. S. 189-311. https://pl.wikipedia.org/wiki/Telizja_w_Polsce https://edukacjamedialna.edu.pl/media/catalogue/attachment/gatunki-w-mediach/Gatunki_telewizyjne.pdf	конкретних програм: ранкових, вечірніх, розважальних, інформаційних, політичних ток-шоу тощо). 7 год.	
12 тиж. 2 год.	Мовний аналіз сучасних польських телепрограм: індивідуальні проекти.	практична			
13 тиж. 2 год.	Аналіз сучасних польськомовних текстів Інтернет-простору (блоги, чати, форуми): лексика, фразеологія, граматичні конструкції, особливості мовного етикету, графічне представлення змісту. Культура мовлення в Інтернеті.	лекція	Żydek-Bednarczuk U. Dyskurs internetowy. [W:] Przewodnik po stylistyce polskiej. Style współczesnej polszczyzny. Red. E. Malinowska, Jolanta Nocoń, Urszula Żydek-Bednarczuk. Kraków, 2013. S. 347-379. Zdunkiewicz-Jedynak D. Wykłady ze stylistyki. Warszawa, 2008. S. 85-96. Відеорозмова Є. Бральчика з П. Мікулою і А. Вітт про комунікацію в Інтернеті https://www.youtube.com/watch?v=ph1NlusPSCI https://pl.wikipedia.org/wiki/Dziennikarstwo_internetowe https://www.semtalk.pl/lista-400-polskich-forow-	Опрацювання теоретичного матеріалу. Індивідуальний проект: мовний аналіз сучасних польськомовних текстів Інтернет-простору (на прикладі блогів, чатів, форумів). 12 год.	

			internetowych/		
14 тиж. 2 год.	Мовний аналіз сучасних польськомовних текстів Інтернет-простору: індивідуальні проекти.	практична			
15 тиж. 2 год.	Мова реклами. Рекламні носії. Риси рекламного стилю. Мовна картина світу на основі рекламних текстів. Зміна польських мовленнєвих традицій під впливом реклами.	лекція	<p>Bralczyk J., Język na sprzedaż, Warszawa, 1995.</p> <p>Loewe I. Styl reklamy komercyjnej. [W:] Przewodnik po stylistyce polskiej. Style współczesnej polszczyzny. Red. E. Malinowska, Jolanta Nocoń, Urszula Żydek-Bednarczuk. Kraków, 2013. S. 381-406.</p> <p>Zdunkiewicz-Jedynak D. Wykłady ze stylistyki. Warszawa, 2008. S. 171-177.</p> <p>Реклама у старших польських ЗМІ:</p> <p>http://charliethelibrarian.com/reklama-w-prasie/</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=Ix3wY0mtbAU</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=t_k14Jcq9Cc</p>	Опрацювання теоретичного матеріалу. Індивідуальний проект: мовний аналіз польськомовних рекламних текстів (на прикладі вибраної тематики).	12 год.
16 тиж. 2 год.	Мовний аналіз польськомовних рекламних текстів: індивідуальні проекти.	практична			