

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 31 серпня 2023 р.)



В.о. завідувача кафедри
(Лозинська О.Г.)

Силабус з навчальної дисципліни
«ПОЛЬСЬКЕ МЕДІЙНЕ МОВЛЕННЯ»,
що викладається в межах ОПП «Польська мова та література» другого (магістерського) рівня
вищої освіти для здобувачів зі спеціальності

035 Філологія. Спеціалізацій:

- 035.033 слов'янські мови та літератури (переклад включно), перша – польська
- 35.35 слов'янські мови та літератури (переклад включно), перша – сербська
- 35.36 слов'янські мови та літератури (переклад включно), перша – словацька
- 35.38 слов'янські мови та літератури (переклад включно), перша – чеська
- 35.39 слов'янські мови та літератури (переклад включно), перша – словенська

**Силабус курсу «Польське медійне мовлення»
2023/2024 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, 035.039 слов'янські мови та літератури (переклад включно), перша – словенська
Викладачі курсу	доц. Стефанишин Ю.М.
Контактна інформація викладачів	yuliia.stefanvshyn@lnu.edu.ua
Консультації по курсу відбуваються	Консультації відбуваються щопонеділка, о 14.30-16.30 год. (ауд. 327, кафедра польської філології, вул. Університетська, 1). За попередньою домовленістю можливі консультації в день проведення лекцій/практичних занять чи он-лайн (для погодження часу он-лайн консультацій слід писати на електронну пошту викладача).
Сторінка курсу	https://philology.lnu.edu.ua/course/polske-medijne-movlennya
Інформація про курс	Дисципліна «Польське медійне мовлення» є вибірковою дисципліною для другого (магістерського) рівня вищої освіти зі спеціальності 035 Філологія. Викладається у 1 семестрі в обсязі 3 кредити (ECTS). Завданням курсу є ознайомити студентів-магістрів із мовними особливостями польських ЗМІ (преси, радіо, телебачення, Інтернету, а також рекламних текстів в ЗМІ).
Коротка анотація курсу	Вибірковий 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. Особливу увагу буде присвячено самостійним проектам, які готуватимуть самі студенти.
Мета та цілі курсу	Метою викладання вибіркової 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. Основними завданнями вивчення дисципліни «Польське медійне мовлення» є: 1) повторити теоретичну базу про мовну норму, її

	<p>диференціацію, узус;</p> <p>2) систематизувати знання студентів про нормативні явища польської мови на всіх її рівнях;</p> <p>3) ознайомити студентів із поняттям й історією виникнення польських засобів масової інформації, а також показати специфіку польського терміна <i>medium</i>;</p> <p>4) представити типологію польських засобів масової 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. Przewodnik po stylistyce polskiej. Style współczesnej polszczyzny. Red. E. Malinowska, Jolanta Nocoń, Urszula Żydek-Bednarczuk. Kraków, 2013. 2. Zdunkiewicz-Jedynak D. Wykłady ze stylistyki. Warszawa, 2008. 3. Język w mediach masowych, red. J. Bralczyk, K. Mosiołek-Kłosińska. Warszawa, 2001. 4. Стефанишин Ю.М. Польська медійне мовлення: електронний навчальний курс на платформі Moodle, https://e-learning.lnu.edu.ua/course/view.php?id=5137 <p><i>Додаткова</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Balowski M. (red.). W świecie mediów. Opole, 1999. 2. Baranowska-Szczepańska M., Smol J. „Moj 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. 3. 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 . 4. Batko A. Sztuka perswazji, czyli język wpływu i manipulacji w praktyce. Gliwice, 2006. 5. Bauer Z., Chudziński E. (red.), Dziennikarstwo i świat mediów, Krakow, 2000. 6. Becela J., Gruszczyński W. Polszczyzna na czatach. [W:] Studia Medioznawcze, nr 3 (13), 2003. 7. Biernacka-Ligieża I. Wulgaryzmy w prasie alternatywnej. Wrocław, 2005. 8. Błażejewska J. Językowe środki perswazji w nagłówkach publikacji politycznych. [W:] Michalewski K. (red.). Regulacyjna funkcja tekstów. Łódź, 2000. 9. Bogołębska B. Retoryka pism codziennych na przykładzie

- „Gazety Wyborczej” i „Rzeczpospolitej”. [W:] Bogołębska B., Kudra A. (red.). Wypowiedź dziennikarska. Teoria i praktyka, Łódź, 2008
10. Bogołębska B., Worsowicz M. (red.). Styl – dyskurs – media. Łódź, 2010.
 11. Bogunia-Borowska M. Telewizja śniadaniowa, czyli codzienność z telewizją na żywo. [W:] Bogunia-Borowska M. (red.), Barwy codzienności. Analiza socjologiczna. Warszawa, 2009.
 12. Boniecka B., Panasiuk J. O języku audycji radiowych. Lublin, 2001.
 13. Borkowski I., Woźny A. (red.). Nowe media – nowe w mediach. Wrocław, 2001.
 14. Bralczyk J., Język na sprzedaż, Warszawa, 1995.
 15. Bryła J. Modyfikacje frazeologizmów i przysłów w przekazach prasowych o profilu polityczno-społecznym. [W:] Michalewski K. (red.). Język nowych mediów, Łódź, 2012.
 16. Bugajski M. Kultura tabloidów a język. [W:] Kamińska-Szmaj I., Piekot T., Poprawa M. (red.). Tabloidyzacja języka i kultury, Wrocław, 2010.
 17. 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.
 18. Chudzik A. „Wiolka mówi o obrzydliwych rzeczach” : o semantyce i funkcji nazw intymnych części ciała w kobiecym stand-upie // Academic Journal of Modern Philology. – Vol. 15, 2022. S. 127-142.
 19. Dilna J. Po nitce do szczęścia... Polskość a wielokulturowość, inwencja a konwencja we frazeologii polskich nagłówków prasowych (aspekt glottodydaktyczny) // Tożsamość na styku kultur / Pod red. I. Masojć, H. Sokołowskiej . – Vilnius, 2011. – S. 495-506.
 20. Dobosiewicz J. Magia tytułu prasowego. [W:] Michalewski K. (red.). Język nowych mediów, Łódź, 2012.
 21. Drzał-Sierocka A., Godzic W. (red.). Media audiowizualne. Podręcznik akademicki. Warszawa, 2010.
 22. Filiciak M., Ptaszek G. (red.). Komunikowanie (się) w mediach elektronicznych. Język, edukacja, semiotyka. Warszawa, 2009.
 23. Filipczak-Białkowska (red.). Dyskursy komunikacji medialnej. Łódź, 2011.
 24. Gackowski T., Dziedzic J. (red.). Manipulacja w mediach. Media o manipulacji. Warszawa, 2011.
 25. Grzenia J. Komunikacja językowa w Internecie. Warszawa, 2006.
 26. Jasińska M. Językowy savoir-vivre w Internecie. [W:] Habrajska G. (red.), Język w komunikacji, t. 3, Łódź, 2001.
 27. Kabata M. Manipulacja językowa w nagłówkach prasowych. [W:] Nowe zjawiska II: w języku, tekście i komunikacji. Olsztyn, 2008. S. 148-159.
 28. Kępa-Figura D. Gry językowe we współczesnej komunikacji medialnej – semantyczna i pragmatyczna analiza języka mediów. [W:] „Prace Językoznawcze”, t. XI, Olsztyn. 2009.
 29. Klimczak K. Piękno i brzydota w wybranych reportażach

- radiowych. [W:] Kamińska M. (red.), Pogranicza. Łódź, 2007.
30. Kozieł A. Publicystyka w TVP do 1989 roku. Przegląd informacji. [W:] Studia Medioznawcze, nr 1, 2002.
 31. Lalewicz J. Telewizja i kształt potocznego świata. [W:] Hopfinger M. (red.), Nowe media w komunikacji społecznej w XX wieku. Antologia. Warszawa, 2002.
 32. Loewe I. Parateksty w radiu. [W:] Gatunki paratekstowe w komunikacji medialnej. Katowice, 2007.
 33. Markowski A. Jawne i ukryte zapożyczenia leksykalne w mediach. [W:] Język w mediach masowych, Warszawa, 2000.
 34. Marszałek-Kawa J. (red.). Współczesne oblicza mediów. Toruń, 2005
 35. Nowak P. , Tokarski R. (red.). Kreowanie świata w języku mediów. Lublin, 2007.
 36. Ostromęcka-Frączak B., Grochulska E. Intertekstualność reklamy telewizyjnej. [W:] Michalewski K. (red.), Tekst w mediach. Łódź, 2002.
 37. 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.
 38. Pease A. Mowa ciała, przeł. J. Grabiak. Poznań, 2013.
 39. Pisarek W. O mediach i języku. Krakow, 2007.
 40. Podracki J. Potoczne elementy językowe w polszczyźnie radia i telewizji. [W:] Bralczyk J., Mosiołek-Kłosińska K. (red.), Język w mediach masowych. Warszawa, 2000.
 41. Smółka L. Wpływ reklamy telewizyjnej na język dziecka. [W:] Ożdżyński J. (red.), Językowy obraz świata dzieci i młodzieży. Krakow, 1995.
 42. Sosnowska N. Perswazyjna funkcja przymiotników i przysłówków w tekstach komentarzy radiowych. [W:] Michalewski K. (red.), Regulacyjna funkcja tekstów. Łódź, 2000.
 43. Urzędowska, A. Facewords. O tendencjach słowotwórczych w mediach społecznościowych. Kraków: Universitas, 2023.
 44. Wolny-Zmorzyński K., Furman W. (red.). Internetowe gatunki dziennikarskie. Warszawa, 2010.
 45. Worsowicz M. Gatunki prasowe. Poradnik dla uczniów i nie tylko... Łódź, 2006.
 46. Zimny R., Kreowanie obrazów świata w tekstach reklamowych, Warszawa, 2008.
 47. 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.
 48. Żydek-Bednarczuk U. Tekst w Internecie i jego wyznaczniki. [W:] Kita M., Grzenia J., (red.), Dialog a nowe media. Katowice, 2004.
 49. Стефанишин Ю. Фразеологічні перифрази і розгорнуті метафори в текстах сучасної польської прози // Мова: науково-теоретичний часопис з мовознавства. Одеса, 2021. – Вип. 36. – С. 90–98.

	<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%B3wki_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
Обсяг курсу	<p>Денне навчання: Загальний обсяг 90 годин, у т. ч. 16 лекційних і 16 практичних занять і 58 годин самостійної роботи. 3 кредити ЄКТС.</p> <p>Заочне навчання: Загальний обсяг 90 годин, у т. ч. 8 лекційних і 6 практичних занять і 58 годин самостійної роботи. 3 кредити ЄКТС.</p>

Очікувані результати навчання	Студент повинен знати: <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;
--------------------------------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> • основні специфічні риси рекламних текстів в польських ЗМІ; • засоби впливу мас-медіа на глядача / слухача. вміти: <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 – 100 балів протягом семестру														
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)	Оцінювання проводиться за 100-бальною шкалою. Бали нараховуються так: <ul style="list-style-type: none"> • робота в семестрі, виконання домашніх завдань: 16% семестрової оцінки, максимальна кількість балів 16; • індивідуальні проєкти (4): 60% семестрової оцінки; максимальна кількість балів 60; • підсумкова контрольна робота (тест у Moodle): 24% семестрової оцінки. Максимальна кількість балів 24. Підсумкова максимальна кількість балів 100.														
	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="3">Види робіт.</th> </tr> <tr> <th>№ з/п</th> <th>Критерії оцінювання знань студентів</th> <th>Максимальна кількість балів (б.)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td colspan="3">1. Бали поточної успішності за участь у практичних заняттях</td> </tr> <tr> <td colspan="2">Критерії оцінювання</td> <td>16 б.</td> </tr> </tbody> </table>			Види робіт.			№ з/п	Критерії оцінювання знань студентів	Максимальна кількість балів (б.)	1. Бали поточної успішності за участь у практичних заняттях			Критерії оцінювання		16 б.
Види робіт.															
№ з/п	Критерії оцінювання знань студентів	Максимальна кількість балів (б.)													
1. Бали поточної успішності за участь у практичних заняттях															
Критерії оцінювання		16 б.													

студент повною мірою володіє матеріалом, самостійно та аргументовано його викладає під час усних і письмових відповідей, глибоко та аргументовано розкриває зміст теоретичних питань, послідовно і вчасно виконує усі практичні завдання.	16
студент добре володіє матеріалом, обґрунтовує свою думку під час усних і письмових відповідей, розкриває зміст теоретичних питань, однак недостатньо впевнено аргументує відповіді, допускає несуттєві неточності та незначні помилки, виконав більшість практичних завдань.	12-15
студент володіє матеріалом на достатньому рівні, розуміє і викладає його основний зміст під час відповідей, однак робить це невичерпно, без достатньої самостійної аргументації, допускає окремі суттєві неточності та помилки, завдання виконує спорадично.	8-11
студент засвоїв навчальний матеріал фрагментарно, поверхово, не може аргументувати відповідь або навести приклад, слабо орієнтується в теоретичних питаннях та виконав лише кілька необхідних завдань.	5-8
студент частково володіє навчальним матеріалом, не здатен викласти зміст більшості питань під час відповідей, допускає суттєві помилки, майже не виконав завдань.	1-4
студент не володіє навчальним матеріалом, не виконав або неправильно виконав усі завдання.	0
Максимальна кількість балів за участь у 8 практичних заняттях	16 б.
2. Бали за індивідуальні завдання	
Критерії оцінювання	15 б.
Робота виконана та здана вчасно і відповідно до вимог, має чітку структуру, містить весь необхідний матеріал.	15
Робота виконана та здана вчасно, відповідно до вимог, однак трапляються незначні огріхи у структурі або презентації.	13-14
Робота виконана та здана вчасно, має незначні відхилення від поставлених вимог, але у структурі або/і презентації трапляються помилки	9-12
Робота виконана та здана з незначним порушенням установлених термінів, має кілька суттєвих відхилень від поставлених вимог, містить помилки у структурі або/і презентації.	5-8
Робота виконана зі значним порушенням термінів і вимог, має нечітку структуру або/і погану презентацію, містить численні помилки.	1-4
Робота не виконана.	0
Максимальна кількість балів за 4 індивідуальні завдання	60 б.
Підсумкова контрольна робота	24 б.
Поточний та підсумковий контроль	РАЗОМ – 100 б.
У разі індивідуального плану навчання здобувачеві необхідно щотижня завантажувати виконані завдання на платформі Moodle, щоб викладач міг їх прочитати й оцінити. Академічна добросовісність: Усі завдання здобувачі мають виконувати самостійно. Індивідуальні завдання повинні містити власні міркування та висновки. Відсутність посилань на використані джерела, фабрикування джерел, списування, втручання в роботу інших тощо є прикладами можливої академічної недобросовісності. Виявлення ознак академічної недобросовісності в письмовій роботі здобувача є підставою для її незарахування викладачем, незалежно від масштабів плагіату чи обману. Відвідання занять є важливою складовою навчання. Очікується, що кожен здобувач сумлінно	

	<p>відвідуватиме усі лекції і практичні заняття. Студенти повинні інформувати викладача, якщо не можуть бути присутніми на лекції чи практичному занятті. У разі відсутності мають обов'язково самостійно опрацювати пропущений матеріал. Здобувачі мусять дотримуватися усіх строків визначених для виконання передбачених освітньою компонентою видів письмових робіт. Література. Уся література, яку студенти не зможуть знайти самостійно, буде надана викладачем виключно в освітніх цілях без права її передачі третім особам. Здобувачі заохочуються до використання додаткової літератури та джерел, яких немає серед рекомендованих.</p> <p>Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються.</p>	
<p>Питання до заліку.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Історія виникнення польських засобів масової інформації. 2. Пропаганда у польських засобах масової інформації середини – другої половини ХХ ст., зміни після 1989 року. 3. Специфіка польського терміна <i>medium</i>. Типи засобів масової інформації: традиційні і нові. 4. Питання адресата і адресанта в медійному просторі. 5. Коди, які беруть участь у творенні текстів засобів масової інформації. 6. Диференціація жанрів газетної публіцистики. Структура газетної статті. 7. Жанрова специфіка польських радіо- і телепередач. 8. Блоги, чати і форуми як Інтернет-джерело нової інформації й обміну думками. 9. Мовна маніпуляція. Медійне мовлення: аксіологічна перспектива. Мовні прояви агресії в текстах засобів масової інформації, «вульгаризація» медійного мовлення. 10. Мовна специфіка текстів польської преси різного типу (в т.ч. «жовтою пресою»): лексика, фразеологія, граматичні конструкції, особливості мовного етикету. Роль заголовків. Найтипівіші мовні помилки журналістів. Мовний образ світу відображений у польській пресі. 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. 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. 13. Мовна специфіка польськомовних текстів Інтернет-простору (блоги, чати, форуми): лексика, фразеологія, граматичні конструкції, особливості мовного етикету, графічне представлення змісту. Культура мовлення в Інтернеті. 14. Мова реклами. Рекламні носії. Риси рекламного стилю. Мовна картина світу на основі рекламних текстів. Зміна польських мовленнєвих традицій під впливом реклами. 	
<p>Опитування</p>	<p>Анкету-оцінку з метою оцінювання якості курсу буде надано по завершенню курсу.</p>	

СХЕМА КУРСУ

Тиж. / 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. Виконання завдань відповідно до курсу в Moodle 4 год.	2-ий тиж.
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, Urszula Żydek-Bednarczuk. Kraków, 2013. S. 179-199. Zdunkiewicz-Jedynak D. Wykłady ze	Опрацювання теоретичного матеріалу. Індивідуальний проєкт. Приготування презентацій про польські ЗМІ до 1989 р. (робота в групах).	4-ий тиж.

		<p>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 р.: https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/Polska-Srodki-przekazu-Telewizja;4575133.html https://staratelewizja.fandom.com/pl/wiki/Archiwalne_ram%C3%B3wki_telewizyjne https://pl.wikipedia.org/wiki/Telewizja_Polska https://pl.wikipedia.org/wiki/Telewizja_w_Polsce Про історію різних ЗМІ (і не лише польських): https://reporterzy.info/historia-</p>	6 год.	
--	--	--	--------	--

			mediow.html		
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 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>Mosiółek-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=V</p>	Опрацювання теоретичного матеріалу. Виконання завдань відповідно до курсу в Moodle 6 год.	6-ий тиж.

			WwuOglhscU		
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. Найтипівіші мовні помилки журналістів. Мовний образ світу відображений у польській пресі.	лекція	<p>Kita M. Dyskurs prasowy. [W:] Przewodnik po stylistyce polskiej.</p> <p>Style współczesnej polszczyzny. Red. E. Malinowska, Jolanta Nocoń, Urszula Żydek-Bednarczuk. Kraków, 2013. S. 199-288.</p> <p>Перелік основних польських газет і журналів: https://pl.wikipedia.org/wiki/Lista_polskich_czasopism https://www.egazety.pl/index.html</p>	Опрацювання теоретичного матеріалу. Виконання завдань відповідно до курсу в Moodle	8-ий тиж.
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	<p>Kita M. Dyskurs radiowy. [W:] Przewodnik po stylistyce polskiej.</p> <p>Style współczesnej polszczyzny. Red. E. Malinowska, Jolanta Nocoń, Urszula Żydek-Bednarczuk. Kraków, 2013. S. 313-346.</p> <p>https://onlineradio.pl/ https://pl.wikipedia.org/wiki/Audycja_radiowa https://www.polskieradio.pl/39/156/Artykul/1977419,Merkuriusz-Polski-Ordynaryjny-pierwsza-polska-gazeta</p>	Опрацювання теоретичного матеріалу. Виконання завдань відповідно до курсу в Moodle Індивідуальний проект: створення подкасту	10-ий тиж.
10	Мовний аналіз сучасних польських радіопрограм:	практична			

тиж. 2 год.	індивідуальні проекти.				
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 етикету. Структура і мовно-стилістичні особливості реклами на телебаченні. Культура мовлення телебачення.	лекція	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. https://pl.wikipedia.org/wiki/Telewizja_w_Polsce https://edukacjamedialna.edu.pl/media/catalogue/attachment/gatunki-w-mediach/Gatunki_telewizyjne.pdf	Опрацювання теоретичного матеріалу. Виконання завдань відповідно до курсу в Moodle Індивідуальний проект: мовний аналіз сучасних польських телепрограм (на прикладі конкретних програм: ранкових, вечірніх, розважальних, інформаційних, політичних ток-шоу тощо).	12-ий тиж.
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.	Опрацювання теоретичного матеріалу. Виконання завдань відповідно до курсу в Moodle Індивідуальний проект: мовний аналіз сучасних польськомовних текстів Інтернет-простору (на прикладі блогів, чатів, форумів).	14-ий тиж.

			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-internetowych/	10 год.	
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	Bralczyk J., Język na sprzedaż, Warszawa, 1995. 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. Zdunkiewicz-Jedynak D. Wykłady ze stylistyki. Warszawa, 2008. S. 171-177. Реклама у старших польських ЗМІ: http://charliethelibrarian.com/reklama-w-prasie/ https://www.youtube.com/watch?v=Ix3wY0mtbAU https://www.youtube.com/watch?v=t_k14Jcq9Cc	Опрацювання теоретичного матеріалу. Виконання завдань відповідно до курсу в Moodle 6 год.	16-ий тиж.
16 тиж.	Мовний аналіз польськомовних рекламних текстів.	практична			

2 год.					
-----------	--	--	--	--	--