

KARTA PRZEDMIOTU

Cykl kształcenia od roku akademickiego 2025/26

I. Dane podstawowe

Nazwa przedmiotu	Metody wpływu i perswazji medialnej
Nazwa przedmiotu w języku angielskim	Methods of influence and media persuasion
Kierunek studiów	Dziennikarstwo i komunikacja społeczna
Poziom studiów (I, II, jednolite magisterskie)	I
Forma studiów (stacjonarne, niestacjonarne)	stacjonarne
Dyscyplina	Nauki o komunikacji społecznej i mediach
Język wykładowy	Język polski

Koordinator przedmiotu/osoba odpowiedzialna	Dr Wojciech Wciseł
---	--------------------

Forma zajęć (<i>katalog zamknięty ze słownika</i>)	Liczba godzin	semestr	Punkty ECTS
wykład	30	IV	3

Wymagania wstępne	Brak
-------------------	------

II. Cele kształcenia dla przedmiotu

Przekazanie studentom wiedzy na temat teoretycznych i praktycznych podstaw oddziaływania mediów na odbiorcę, w tym mechanizmów perswazji, manipulacji i kreowania opinii publicznej.

Kształcenie umiejętności rozpoznawania i analizy technik wpływu stosowanych w komunikacji medialnej oraz rozwijanie świadomości etycznej w zakresie odbioru i tworzenia przekazów perswazyjnych.

III. Efekty uczenia się dla przedmiotu wraz z odniesieniem do efektów kierunkowych

Symbol	Opis efektu przedmiotowego	Odniesienie do efektu kierunkowego
WIEDZA		

W_01	Student opisuje, rozróżnia i wyjaśnia podstawowe pojęcia, mechanizmy oraz zjawiska związane z wpływem społecznym i perswazją w mediach.	K_W01
W_02	Student zna i poprawnie stosuje specjalistyczną terminologię z zakresu komunikacji perswazyjnej, reklamy, propagandy i public relations.	K_W04
UMIEJĘTNOŚCI		
U_01	Student analizuje i interpretuje przekazy medialne pod kątem ich funkcji perswazyjnych i manipulacyjnych, ocenia skuteczność zastosowanych strategii i formułuje wnioski dotyczące ich etycznych konsekwencji.	K_U04

IV. Opis przedmiotu/ treści programowe

Istota wpływu społecznego i perswazji – pojęcia, teorie, modele komunikacji perswazyjnej.
 Mechanizmy oddziaływania mediów – emocje, autorytet, naśladownictwo, heurystyki i stereotypy.
 Techniki perswazji i manipulacji w reklamie, dziennikarstwie i polityce.
 Rola języka i obrazu w przekazie perswazyjnym – narracja, symbolika, framing, storytelling.
 Media a propaganda i dezinformacja – przykłady historyczne i współczesne.
 Etyka komunikacji perswazyjnej – granice wpływu, manipulacja a odpowiedzialność nadawcy.
 Odbiorca w komunikacji perswazyjnej – mechanizmy percepcji i odporność na wpływ.
 Analiza przypadków – studia nad wybranymi kampaniami medialnymi.

V. Metody realizacji i weryfikacji efektów uczenia się

Symbol efektu	Metody dydaktyczne (lista wyboru)	Metody weryfikacji (lista wyboru)	Sposoby dokumentacji (lista wyboru)
WIEDZA			
W_01	Wykład konwersatoryjny	Zaliczenie ustne	Wypełniona karta oceny zaliczenia ustnego
W_02	Wykład konwersatoryjny	Zaliczenie ustne	Wypełniona karta oceny zaliczenia ustnego
UMIEJĘTNOŚCI			
U_01	Wykład konwersatoryjny	Zaliczenie ustne	Wypełniona karta oceny zaliczenia ustnego

VI. Kryteria oceny, wagi...

100% ocena zaliczenia ustnego

- 0 – 50%: niedostateczny
- 51 – 60%: dostateczny
- 61 – 70%: dostateczny plus
- 71 – 80%: dobry
- 81 – 90%: dobry plus
- 91 – 100%: bardzo dobry

VII. Obciążenie pracą studenta

Forma aktywności studenta	Liczba godzin
Liczba godzin kontaktowych z nauczycielem	30
Liczba godzin indywidualnej pracy studenta	50

VIII. Literatura

Literatura podstawowa
Habrajska, G. (2020). <i>Perswazja i manipulacja w komunikacji</i> . Łódź, Polska: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego Józwiak, J. (2024). <i>Perswazyjność komunikatu medialnego z elementem intertekstualnym</i> . <i>Studia Językoznawcze</i> , 23, 37–50. https://doi.org/10.18276/sj.2024.23-03
Literatura uzupełniająca
Goban-Klas, Tomasz, <i>Media i komunikowanie masowe: teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu</i> , Warszawa: PWN, 2011. (Biblioteka KUL) Cialdini, Robert B., <i>Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka</i> , Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, 2016.