

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Multimodalna komunikacja społeczna, PG_00211302						
Kierunek studiów	Filologia rosyjska (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2026 r.		Rok akademicki realizacji przedmiotu		2027/2028		
Poziom kształcenia	I stopnia - licencjackie		Grupa zajęć		Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów Grupa zajęć fakultatywnych Grupa zajęć z obszarów nauk humanistycznych lub nauk społecznych		
Forma studiów	stacjonarne		Sposób realizacji		na uczelni		
Rok studiów	2		Język wykładowy		polski		
Semestr studiów	4		Liczba punktów ECTS		2.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki		Forma zaliczenia		zaliczenie		
Jednostka prowadząca							
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot		dr hab. Żanna Śladkiewicz, prof. UG				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	0.0	30.0	0.0	0.0	0.0	30
	W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0						
Aktywność studenta i liczba godzin pracy	Aktywność studenta	Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów		Udział w konsultacjach		Praca własna studenta	RAZEM
	Liczba godzin pracy studenta	30		2.0		18.0	50
Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z podstawowymi kategoriami analizy komunikacji multimodalnej, rozumianej jako komunikacja realizowana za pomocą współdziałających kodów i zasobów semiotycznych: języka, obrazu, dźwięku, gestu, typografii, koloru, kompozycji przestrzennej, ruchu, mimiki oraz układu interfejsu cyfrowego. Przedmiot rozwija umiejętność opisu i interpretacji współczesnych komunikatów społecznych, medialnych i internetowych, w których znaczenie nie jest tworzone wyłącznie przez słowo, lecz przez relacje między różnymi modusami. Szczególny nacisk zostaje położony na komunikację społeczną, "czytanie" miasta, wizualną organizację przestrzeni publicznych, reklamę, memy, komunikację w mediach społecznościowych.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[FROSL3_W09] Zna i rozumie podstawowe pojęcia i zasady z zakresu prawa autorskiego oraz etyki, w tym mające zastosowanie w pracy badawczej z zakresu językoznawstwa i literaturoznawstwa rusycystycznego oraz w pracy zawodowej.	zna podstawowe pojęcia z zakresu prawa autorskiego, w tym pojęcie utworu, autorstwa, cytatu, licencji, plagiatu oraz dozwolonego użytku; rozumie znaczenie przestrzegania praw autorskich podczas korzystania z tekstów, obrazów, nagrań, filmów, memów, materiałów internetowych i innych komunikatów multimedialnych; potrafi wskazać podstawowe zasady etycznego wykorzystywania źródeł w pracy akademickiej, prezentacji studenckiej i analizie materiałów medialnych; rozumie konieczność poprawnego oznaczania źródeł, cytowania cudzych treści oraz odróżniania własnych interpretacji od zapożyczeń; zna podstawowe zasady etyki badawczej związanej z analizą materiałów językowych, medialnych, wizualnych i cyfrowych, w tym rosyjskojęzycznych; rozumie znaczenie odpowiedzialności zawodowej i akademickiej w pracy z materiałami objętymi ochroną prawną lub wymagającymi szczególnej ostrożności interpretacyjnej.	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/raport [SW5] realizacja zadania problemowego
	[FROSL3_K02] Jest gotów do uznawania znaczenia wiedzy zdobytej podczas studiów na kierunku filologia rosyjska w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych oraz zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu.	potrafi wykorzystać wiedzę zdobytą podczas studiów filologicznych do interpretacji komunikatów społecznych, medialnych, cyfrowych; jest gotów do krytycznego namysłu nad własnymi ograniczeniami poznawczymi podczas analizy złożonych komunikatów multimedialnych; potrafi rozpoznać sytuacje, w których samodzielna interpretacja materiału wymaga uzupełnienia wiedzy lub konsultacji z osobą kompetentną w danej dziedzinie; jest gotów korzystać z literatury przedmiotu, słowników, baz danych, źródeł naukowych oraz opinii ekspertów w celu pogłębienia analizy; rozumie potrzebę weryfikowania własnych hipotez interpretacyjnych, zwłaszcza w odniesieniu do komunikatów kulturowo, ideologicznie lub społecznie złożonych; jest świadomy znaczenia rzetelności, odpowiedzialności i samodzielności intelektualnej w pracy nad materiałem językowym, medialnym i multimedialnym	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SK2] prezentacja/projekt/referat/raport [SK3] opracowanie tekstowe/praca pisemna [SK8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta

	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[FROSL3_K01] Jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści, w szczególności w odniesieniu do zagadnień dotyczących języka rosyjskiego i literatury rosyjskiej.	potrafi krytycznie oceniać własną wiedzę dotyczącą języka, kultury i komunikacji rosyjskojęzycznej w kontekście analizy przekazów multimodalnych; jest gotów do weryfikowania informacji, interpretacji i treści medialnych odnoszących się do języka rosyjskiego, literatury rosyjskiej oraz rosyjskiego obszaru kulturowego; rozpoznaje potrzebę odróżniania wiedzy naukowej od opinii, stereotypów, uproszczeń i przekazów perswazyjnych obecnych w mediach i komunikacji społecznej; potrafi krytycznie analizować rosyjskojęzyczne komunikaty społeczne, medialne i cyfrowe, uwzględniając ich kontekst językowy, kulturowy, ideologiczny i wizualny; jest gotów do formułowania wyważonych ocen i wniosków na podstawie rzetelnych źródeł, literatury przedmiotu oraz samodzielnej analizy materiału.	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SK2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SK6] demonstracja umiejętności praktycznych [SK8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta
	[FROSL3_U02] Potrafi wyszukiwać, analizować, oceniać, selekcjonować i użytkować informacje, wykorzystując różne materiały źródłowe z zakresu językoznawstwa i literaturoznawstwa rusycystycznego, z dbałością o przestrzeganie praw autorskich.	potrafi samodzielnie wyszukiwać materiały źródłowe przydatne do analizy komunikacji multimodalnej, w tym teksty naukowe, materiały medialne, internetowe, wizualne i audiowizualne; umie analizować i selekcjonować informacje z zakresu językoznawstwa, komunikologii, medioznawstwa zgodnie z celem wykonywanego zadania; potrafi oceniać wiarygodność, aktualność i przydatność źródeł wykorzystywanych w analizie komunikatów społecznych, medialnych i cyfrowych; umie korzystać z rosyjskojęzycznych materiałów źródłowych, uwzględniając ich kontekst językowy, kulturowy, społeczny i medialny; potrafi poprawnie wykorzystywać cudze teksty, obrazy, materiały audiowizualne i dane, przestrzegając zasad prawa autorskiego, cytowania oraz etyki akademickiej	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SU5] realizacja zadania problemowego [SU6] demonstracja umiejętności praktycznych

Treści przedmiotu	Komunikacja społeczna a multimodalność Pojęcie komunikacji społecznej. Kod, znak, tekst, dyskurs, medium, modalność. Od komunikacji werbalnej do komunikacji polisemiotycznej. Rozwój mediów masowych, rozwój technologiczny, kształtowanie się społeczeństwa informacyjnego Podstawowe pojęcia semiotyki i semiotyki społecznej Znak, symbol, ikona, indeks. Zasoby semiotyczne. Znaczenie jako efekt praktyki społecznej. Multimodalność jako sposób organizacji sensu. Język jako jedna z modalności komunikacji Rola języka w komunikacji multimodalnym. Relacje między tekstem werbalnym a obrazem: uzupełnianie, wzmacnianie, kontrast, ironia, zakotwiczenie, rozszerzenie sensu. Metody analizy multimodalnej Dobór materiału, opis kontekstu, identyfikacja modalności, analiza relacji między modalnościami, interpretacja funkcji komunikacyjnych, formułowanie wniosków. Gramatyka obrazu i komunikacja wizualna Kompozycja, kadr, perspektywa, kolor, światło, typografia, układ elementów na stronie lub ekranie. Obraz jako narzędzie reprezentacji, perswazji i emocjonalizacji. Społeczne i międzykulturowe konotowanie kolorów. Multimodalność w reklamie i komunikacji perswazyjnej Reklama prasowa, zewnętrzna, telewizyjna i internetowa. Slogan, logo, kolorystyka marki, narracja wizualna, muzyka, głos, ciało, emocje. Media cyfrowe jako środowisko komunikacji multimodalnej Interfejs, hipertekst, layout, ikony, emoji, reakcje, komentarze, hashtagi, miniatury, stories, reels, TikTok, YouTube, Telegram. Memy internetowe jako komunikaty multimodalne Relacja tekstu i obrazu w memie. Intertekstualność, stereotyp, ironia, remiks, kontekst kulturowy. Memy polityczne, społeczne i kulturowe. Komunikacja niewerbalna i cielesność w mediach Gest, mimika, postawa ciała, spojrzenie, dotyk, dystans przestrzenny. Ciało jako nośnik znaczenia w komunikacji bezpośredniej i zapośredniczonej medialnie. Dźwięk, głos i muzyka jako elementy komunikacji społecznej Intonacja, barwa głosu, rytm, cisza, muzyka tła, efekty dźwiękowe. Znaczenie audialności w filmie, reklamie, podcastach, ASMR i krótkich formach wideo. Multimodalność a ideologia i władza Obraz w komunikacji politycznej. Strategie wizualnego konstruowania swoich i obcych. Flagi, kolory, symbole narodowe, mapy, fotografie liderów, obrazy wojny i zagrożenia. Semiotyka protestu społecznego (wybrane przykłady)		
Wymagania wstępne i dodatkowe	Zaliczenie semestru III, wybór przedmiotu		
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	prace domowe	51.0%	30.0%
	prezentacja zagadnienia z zakresu multimodalnej komunikacji społecznej	51.0%	70.0%

Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	Kreowanie światów w języku mediów, red. P. Nowak, R. Tokarski, Lublin 2007; Kress, Gunther. <i>Multimodality: A Social Semiotic Approach to Contemporary Communication</i>. LondonNew York: Routledge, 2010. Kress, Gunther; van Leeuwen, Theo. <i>Reading Images: The Grammar of Visual Design</i>. 2nd ed. LondonNew York: Routledge, 2006. Klimkiewicz A., Śladkiewicz Ż., Trendowicz M., Kreowanie sensów w komunikacji internetowej: mem, stereotyp, mit, Gdańsk 2025. Jewitt, Carey, red. <i>The Routledge Handbook of Multimodal Analysis</i>. 2nd ed. LondonNew York: Routledge, 2014. Machin, David; Mayr, Andrea. <i>How to Do Critical Discourse Analysis: A Multimodal Introduction</i>. London: SAGE, 2012. Szczęsna, Ewa. <i>Poetyka mediów: polisemiotyczność, digitalizacja, reklama</i>. Warszawa: Wydział Polonistyki Uniwersytetu Warszawskiego, 2007. Język w mediach. Antologia, red. M. Kita i I. Loewe, Katowice 2012 (wybrane artykuły); Lisowska-Magdziarz, M. Analiza tekstu w dyskursie medialnym. Przewodnik dla studentów, Kraków 2006;
	Uzupełniająca lista lektur	van Leeuwen, Theo. <i>Introducing Social Semiotics</i>. LondonNew York: Routledge, 2005. OHalloran, Kay L., red. <i>Multimodal Discourse Analysis: Systemic Functional Perspectives</i>. LondonNew York: Continuum, 2004. Machin, David. <i>Introduction to Multimodal Analysis</i>. London: Hodder Arnold, 2007. Pisarek, Walery. <i>Wstęp do nauki o komunikowaniu</i>. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, 2008. Hopfinger, Maryla, red. <i>Nowe media w komunikacji społecznej w XX wieku. Antologia</i>. Warszawa: Oficyna Naukowa, 2002 / wyd. późniejsze. Kirillova, Natalâ B. <i>Mediakultura: ot moderna k postmodernu</i>. Moskva: Akademičeskij Proekt, 2005 / 2006. Kolokolceva, T. N.; Lutovinova, O. V., red. <i>Internet-kommunikaciâ kak novaâ rečevaâ formaciâ</i>. Moskva: Flinta, 2012. Počepcov, Georgij G. <i>Teoriâ komunikacii</i>. Moskva: Refl-buk; Kiev: Vakler, 2001.
	Adresy eZasobów	Podstawowe http://repository.kpi.kharkov.ua - Goroško, E. I. „Internet-žanr i funkcionirovanie žyka v Internetie: popytka refleksii”. <i>Žanry reči</i> [Горошко, Е. И. „Интернет-жанр и функционирование языка в Интернете: попытка рефлексии”. <i>Жанры речи</i>], 2009, nr 6, s. 111–127.
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	1. Memy internetowe jako forma komunikacji multimodalnej. 2. Obraz Rosji / Europy / Polski w memach internetowych. 3. Emoji i naklejki jako elementy współczesnej komunikacji cyfrowej. 4. Język, obraz i emocje w reklamie internetowej. 5. Multimodalna analiza profilu marki w mediach społecznościowych. 6. Komunikacja wizualna w rosyjskojęzycznych kanałach Telegramu. 7. Kolor, symbol i slogan w komunikacji politycznej. 8. Multimodalność plakatu propagandowego. 9. Ciało, gest i mimika w krótkich filmach TikTok / Reels / Shorts. 10. ASMR jako przykład komunikacji audialno-wizualno-cielesnej. 11. Multimodalność w akcjach protestu społecznego. 12. Wizerunek kobiety / mężczyzny / dziecka w reklamie jako konstrukcja multimodalna. 13. Multimodalność komunikacji kryzysowej w mediach społecznościowych. 14. Obraz swojego i obcego w przekazach medialnych. 15. Strona internetowa uczelni / instytucji / muzeum jako tekst multimodalny.	

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.