

MODUŁ KIERUNKOWY DO WYBORU - JĘZYKOZNAWCZY 2
ROK AKADEMICKI 2025/2026

PROF. DR HAB. BOŻENA CETNAROWSKA

bozena.cetnarowska@us.edu.pl

(1)

Wprowadzenie do badań nad idiomami

Głównym celem kursu jest przedstawienie rodzajów oraz cech idiomów. Będzie badana kwestia niezmienności formy wyrażen idiomatycznych lub ich podatności na transformacje składniowe, oraz związek pomiędzy kulturą a wyrażeniami idiomatycznymi w danym języku. Omówione zostaną wybrane metody przekładu wyrażen idiomatycznych.

Introduction to studies of idioms

The main aim of the course is to present types and characteristics of idioms. The question of lexical invariability and syntactic inflexibility of idioms will be posed, as well as the interaction between idioms and culture. Selected methods of translating idioms will be illustrated.

(2)

Wprowadzenie do badań nad neologizmami

W ramach kursu zostaną przedstawione powody, dla których powstają nowe słowa lub wyrażenia oraz rozmaite klasyfikacje neologizmów. Omówione będą sposoby tworzenia nowych słów w języku angielskim i polskim. Szczególną uwagę zwrócimy na występowanie neologizmów autorskich w literaturze fantastycznonaukowej oraz literaturze fantasy. Będą przedstawione wybrane zagadnienia dotyczące przekładu neologizmów.

Introduction to studies of neologisms

Various classifications of neologisms and the reasons for their creation will be presented. Common methods of forming English and Polish novel words will be illustrated. We will focus on authorial neologisms in science fiction or fantasy literature. Selected issues in the translation of neologisms will be discussed.

DR HAB. EWA BOGDANOWSKA-JAKUBOWSKA, PROF. UŚ

ewa.bogdanowska-jakubowska@us.edu.pl

(1)

Discourses in the public sphere – a critical analysis

The public sphere is defined as “the sphere in which people act as citizens” (Fairclough, 2003: 68). Discourses produced in the public sphere (e.g. discourses in politics, in the media and in business) frame social life and constitute our everyday reality. The course will introduce students to main approaches to Critical Discourse Studies, concepts and methods used in public discourse analysis. It will also involve their practical application.

Sfera publiczna definiowana jest jako sfera, w której ludzie funkcjonują jako obywatele (Fairclough, 2003: 68). Dyskursy tworzone w sferze publicznej (np. dyskurs polityczny, dyskurs medialny, czy dyskurs w biznesie) kształtują życie społeczne oraz tworzą naszą codzienność. Kurs ma na celu zaznajomienie studentów z głównymi podejściami do Krytycznych Studiów nad Dyskursem, pojęciami i metodami stosowanymi w analizie dyskursu publicznego. Obejmować on również będzie ich zastosowanie w praktyce.

DR HAB. PIOTR MAMET, PROF. WSB MERITO

p.mamet@gmail.com

(1)

Linguistics as a Tool of Branding

The aim of the course is to present linguistics as a tool in the analysis and creation of a good brand name. This is presented in the theoretical part. The complementary practical part covers linguistic analysis of brand names.

Lingwistyka jako narzędzie brandingu

Celem kursu jest przedstawienie lingwistyki jako narzędzia analizy i tworzenia marki. Zostanie to omówione w części teoretycznej. Uzupełnia ją część praktyczna obejmująca lingwistyczną analizę marek.

(2)

The Language of Persuasion in Advertising, Business and Politics

The aim of the course is to present language of persuasion in advertising, business and political texts. The theoretical part covers the linguistic aspect of persuasion. The practical part covers the identification of linguistic means of persuasion in texts.

Język perswazji w reklamie, biznesie i polityce

Celem kursu jest przedstawienie języka perswazji w tekstach reklamowych, biznesowych i politycznych. Część teoretyczna obejmuje językowy aspekt perswazji. Część praktyczna obejmuje identyfikację językowych środków perswazji w tekstach.