

**Wykaz osób, które prowadzą w semestrze letnim seminarium magisterskie na kierunku: dziennikarstwo i komunikacja społeczna oraz komunikacja wizerunkowa**

**Mechanizmy komunikacji we współczesnym społeczeństwie** prof. Jerzy Biniewicz

1. globalizacja mediów – badanie mediów i komunikowania w świecie unifikacji i standaryzacji idei, technologii, scenariuszy komunikacji
2. media w świecie społeczeństwa informacyjnego
3. komunikacja sieciowa – szansa dla mediów czy zagrożenie
4. nowe technologie a dziennikarstwo,
5. narzędzia kreowania obrazu świata, zarządzania nim, rzeczywistość utrwalona w narracji medialnej)
6. komunikowanie w rozwiniętych współczesnych społeczeństwach (teoria i praktyka) – zarządzanie procesem kreowania obrazu świata

**Kształtowanie wizerunku współczesnego świata**

1. komunikowanie w rozwiniętych współczesnych społeczeństwach (teoria i praktyka) – zarządzanie procesem kreowania obrazu świata
2. system medialny a mechanizmy efektywnej komunikacji zdolnej wpływać na postawy i zachowania społeczne
3. potencjał wizerunkowy podmiotów życia społecznego i gospodarczego
4. instrumenty kreowania obrazu świata, zarządzania jego tożsamością w społeczeństwie informacyjnym
5. komunikowanie się instytucji życia politycznego, gospodarczego z masowym odbiorcą

**Prof. Marek Bratuń**

**Etykieta w biznesie** [zasady etykiety biznesowej, sztuka rozmowy, precedencja, korespondencja, netykieta].

**Język, styl, wizerunek – prof. Igor Borkowski**

Tematem przewodnim seminarium są kwestie związane z komunikacją językową, stylem i stylami komunikacyjnymi współczesnej polszczyzny oraz współczesnego dyskursu medialnego. W zakres tematyczny wchodzi także kwestie związane z działaniem nadawców profesjonalnych (rzeczników, brandingowców, PR-owców), komunikacja dziennikarską, twórczością reportażową (szczególnie reportażu dziennikarskiego w formie pisanej).

Prof. UW dr hab. Arkadiusz Lewicki

SEMINARIUM:

**KOMUNIKACJA AUDIO-WIZUALNA**

Na seminarium podejmowane będą tematy związane z szeroko pojętą komunikacją audio-wizualną. Film, telewizja, radio, reklama, tworzenie wizerunków marek czy firm, sposoby wizualnej promocji, wszystkie te tematy związane są z komunikacją zapośredniczoną przez sferę obrazową i stanowią podstawę powstającą na seminarium prac magisterskich.

### ***Ludzie i przestrzenie brandu, miasta, kultury – prof. Leszek Pułka***

Rekonstrukcje losów ludzkich, analizy zagadkowych zdarzeń, opisy funkcjonowania marek, instytucji i ich wpływu na życie człowieka. Temat umożliwia realizację pomysłów z zakresu dziennikarstwa, medioznawstwa, branding, teorii i socjologii kultury i refleksji wizerunkowej. Adresowane do seminarzysty, pragnącego samodzielnie opisać świat kultury, mediów, polityki lub brandu. Efekt pracy to: A. klasyczna monografia; B. forma dokumentacyjna; C. studium zjawiska intrygującego seminarzystę.

### ***Prof. Aleksander Woźny***

#### ***Problematyka seminarium:***

Kreowanie wizerunku i komunikowanie reputacji

Przewrotna aktywność komunikacyjna: framing, manipulacja i kreowanie informacji

PR i marketing polityczny: ewenty, pseudoewenty, wrzuty i ustawki

Problematyka PR i rzecznictwa prasowego za szczególnym uwzględnieniem specyfiki komunikacji w służbach mundurowych

Umacnianie i destrukcja reguł kultury w komunikacji interpersonalnej i medialnej

Antropologia komunikacji i mediów

### ***Temat: Świadomość komunikacji-dr Michał Grech***

Seminarium zorientowane będzie na rozwój tematu świadomości istnienia, używania i wpływu komunikacji na różne aspekty świata, szczególnie obecnie w antropocenu, gdy wpływ jednostki i społeczeństwa na otoczenie jest znaczny. Równocześnie istotne będzie przyjrzenie się różnym formom społecznego konstruowania rzeczywistości i relacji między jednostkowymi i społecznymi konstruktami rzeczywistości.

Seminarium ma charakter teoretyczny i empiryczny. Promowane prace powinny zawierać część empiryczną.

### ***Pragmatyka - retoryka - semiologia.***

#### ***Prowadzący:***

***dr Jacek Grębowiec***

Opis seminarium:

Celem seminarium będzie przygotowanie prac interpretacyjno-analitycznych (magisterskich), w których wybrane wspólnie (przez seminarzystę i promotora) teksty

kultury (działa sztuki, teksty użytkowe, rozrywkowe, publicystyczne, propagandowe czy polityczne) będą analizowane i interpretowane z wykorzystaniem metod i pojęć powstałych albo w obszarze dwudziestowiecznej pragmatyki, a zatem w świetle teorii Austina, Searle'a, Levinsona, Leecha, Grice'a, Wierzbickiej, Grzegorzewskiej, Awdiejewa i in. (i konceptów pokrewnych), albo z odwołaniem do reguł antycznej (Arystoteles, Kwintyliusz) i nowej retoryki (Perelman, Fish), albo do dwudziestowiecznej semiologii (Bachtin, Eco, Barthes). Od seminarzystów wymagam fundamentalnych kompetencji w zakresie teorii komunikacji (kulturowej również), retoryki i pragmatyki języka. Na seminarium powstawać mogą wyłącznie samodzielne prace analityczno-interpretacyjne związane z konkretnymi tekstami, poparte solidnym przygotowaniem teoretycznym. Jeśli chcesz napisać dobrą, opartą na przejrzystej metodzie, pracę, jeśli interesujesz się nie tylko tym, "co" ludzie mówią/piszą, ale "jak" mówią/piszą, "po co" i "dlaczego", zapraszam. Od seminarzystów wymagam wysokiej kultury języka (przede wszystkim dobrej znajomości interpunkcji) i dobrego tempa pracy. Bez tego ani rusz.