

Zapisy na seminaria licencjackie

W semestrze zimowym 2020/2021 zapisy obowiązują studentów III roku studiów pierwszego stopnia kierunków Dziennikarstwo i komunikacja społeczna oraz Komunikacja wizerunkowa – zapisy do konkretnych wykładowców - 15 prowadzących - limit 11 osób. Poniżej znajduje się lista wykładowców wraz z opisem tematyki seminariów.

1. prof. Michael Fleischer

Tematyka: Communication Design

Krótkie wprowadzenie do teorii komunikacji (konstrukttywizm, teoria systemów) z uwagi na pojęcia 'komunikacja', 'funkcja', 'system socjalny', 'dyskurs'. Wprowadzenie do socjologicznej teorii systemów. Przykłady operacjonalizacji ustaleń teoretycznych na materiale systemu rynku; analiza struktur, schematów i strategii komunikacyjnych; kulturowe uwarunkowanie komunikacji. Empiryczne metody badania komunikacji społecznej. Krótkie wprowadzenie do teorii dyskursu ('komunikacja', 'dyskurs', 'obraz świata', 'wiązące normy komunikacyjne', 'znaczenie kulturowe', 'analiza dyskursu'). Podejście konstruktywistyczno-systemowe (kulturowe i socjalne uwarunkowanie dyskursu). Przykłady analizy dyskursu na materiale tekstów medialnych.

Generalna strategia dydaktyczna: Zapoznanie studentów i studentek ze współczesnymi koncepcjami komunikacji społecznej (jako podstawą procesów akulturyzacji i socjalizacji). Uzyskanie odpowiednich kompetencji komunikacyjnych. Aspekty pragmatyczne i konkretna operacjonalizowalność uzyskanych wiadomości na rynku pracy.

Przykłady operacjonalizacji ustaleń teoretycznych na materiale systemu rynku; analiza struktur, schematów (frames) i strategii komunikacyjnych; kulturowe uwarunkowanie komunikacji. Empiryczne metody badania komunikacji społecznej. Przykłady analizy dyskursu na materiale tekstów medialnych.

2. dr Michał Rydlewski

Tematyka: Media a kultura współczesna

Tematyka mojego seminarium poświęcona jest zjawiskom i procesom mającym miejsce w zmediatyzowanej kulturze współczesnej, w tym jej odnodze popkulturowej. Kultury współczesnej nie da się zrozumieć bez uwzględnienia specyfiki oraz roli mediów w jej kształtowaniu. To media mają istotny wpływ na to, co i jak komunikujemy innym członkom naszej kulturowej wspólnoty. W popkulturze, chcąc czy nie, jesteśmy zanurzeni wszyscy, co jednych irytuje, gdyż widzą jej miałość i głupotę, drugich wręcz przeciwnie – fascynuje, albowiem dostrzegają, iż jej zrozumienie i ewentualne wartościowanie, nie jest sprawą tak prostą, jak może się wydawać z wyżyn akademickiego dyskursu. Na seminarium wspólnie zastanawiamy się jak „ugryźć” zauważony fenomen, jakie metodologie będą pomocne w jego poznawczym obłaskawieniu. Jeśli już znajdziesz temat, pomogę Tobie w jego poznawczej obróbce, podsunę odpowiednie narzędzia metodologiczne z pojemnej skrzynki nauk o mediach oraz nauk o kulturze.

3. dr Dominik Lewiński

Zajęcia seminaryjne będą poświęcone procesom mediatyzacji dyskursów. Dyskursy będą rekonstruowane na poziomie własnych formacji i komunikacyjnych orientacji funkcjonalnych; będą analizowane w ramach formuł kontyngencji, kodów, korpusów tekstów i wypowiedzi. Powstałe prace będą empirycznymi sprawozdaniami z repertuaru przetwarzanych medialnie dyskursów, ich zawartości, dynamiki sprzężeń strukturalnych i koniunktur symbolicznych.

4. dr Marcin Pielużek

Tematyka: Komunikacja subkulturowa/lifestylowa (projektowanie komunikacji, konstrukcje rzeczywistości w mediach)

Podstawową tematyką seminarium będzie komunikacja subkulturowa, rozumiana jako komunikacja różnych grup społecznych/politycznych/zawodowych, charakteryzująca się własnymi kodami komunikacyjnymi, specyficznymi dla siebie semantykami, wartościami, ideologią, ulokowana na gruncie teorii systemów. W ramach zajęć seminaryjnych koncentrować się będziemy na sposobach ilościowych i jakościowych badań komunikacji subkulturowej, sposobach reprodukcji komunikacji subkulturowej w mediach drukowanych i online (media popularne, magazyny lifestylowe, media alternatywne, prasa/media niszowe itp.), badaniu wizerunku danych subkultur. Główne problemy: jak identyfikować kluczowe składniki komunikacji i subkulturowe kody komunikacyjne; jak badać subkulturowe dyskursy; subkulturowe obrazy świata - konstrukty komunikacyjne i jak je badać; symbole dyskursywne/kolektywne i ich semantyka; sposoby badania wizerunku danych subkultur. **Seminarium skierowane jest przede wszystkim do osób, które chcą realizować prace empiryczne** z wykorzystaniem następujących metod i narzędzi badawczych: analiza dyskursu, ilościowe badania mediów i komunikacji, jakościowe badania mediów i komunikacji, badania korpusowe, badania ankietowe.

Seminarzyści, po otrzymaniu podstawowych informacji dotyczących struktury pracy naukowej, wyszukiwaniu informacji naukowej, podstaw teoretycznych samodzielnie wybierają i opracowują temat swoich badań.

5. dr hab. Michał Grech

Tematyka: Wartości i wartościowanie w komunikacji.

W ramach seminarium głównym tematem będzie temat wartości i wartościowania w komunikacji. Niemniej jednak w ramach seminarium uczestnicy mogą podejmować różne, wybrane tematy w konsultacji z promotorem.

Seminarium ma uczestnikom pomóc w znalezieniu odpowiedzi na podstawowe pytania towarzyszące przygotowaniu samodzielnej pracy badawczej związanych z wyborem i określeniem tematu, reguł pracy naukowej, zasad jej konstrukcji jak i języka naukowego.

Założonym efektem seminarium jest umiejętność wykorzystania zdobytych w ramach studiów umiejętności i kompetencji by w zestawieniu z wymaganym w pracy licencjackiej kontekstem teoretycznym zrealizować samodzielne badanie empiryczne bądź projekt.

Seminarium rozpocznie się od wprowadzenia do pracy naukowej oraz powtórzenia podstawowej wiedzy teoretycznej. Kolejnym istotnym elementem są ćwiczenia myślenia i obserwowania naukowego. Etap ten przygotowuje do szukania tematów oraz opracowaniem exposé, które równocześnie, razem z opracowanymi ćwiczeniami, stanowiąc będą o zaliczeniu pierwszego semestru.

6. dr Paweł Urbaniak

Tematyka: Reportaż jako źródło wiedzy o społeczeństwie

Celem prac powstających w trakcie seminarium będzie uchwycenie mechanizmów rządzących życiem społecznym opisanych w reportażach (ewentualnie innych formach dziennikarskich). Podstawową metodą badawczą będzie socjologiczna lektura tekstu, ukierunkowana na rekonstrukcję społecznych zjawisk opisanych w reportażowych historiach.

7. dr Adam Szynol

Tematyka: media tradycyjne w cyfrowej erze

Głównym celem seminarium jest zapoznanie z wymogami projektowania prac naukowych i redagowania publikacji o takim charakterze. Finalnym zadaniem uczestników jest napisanie licencjatu na temat uzgodniony z promotorem i przedyskutowany w grupie seminaryjnej.

Wśród zagadnień poruszanych w trakcie zajęć znajdują się m.in: tabloidyżacja mediów, wiarygodność mediów w dobie fake newsów, media tradycyjne w erze cyfrowej, łączenie działalności wydawniczej z aktywnością online, odpłatność za treści informacyjne w Internecie czy zmiany własnościowe w polskim systemie medialnym.

8. dr Kamil Olender

Tematyka: związana z communication design, a w szczególności obszary: badania wizerunku, badania komunikacji, procesy komunikacyjne w Internecie (CMC), dyskurs polityki i mediów, systemy orientacyjne, proksemika, naming, corporate identity.

9. dr Annette Siemes

Tematyka: badanie i projektowanie komunikacji.

W ramach seminarium uczestnicy na podstawie omówionych na zajęciach przykładów i podstaw teoretycznych samodzielnie wybierają, określają i opracowują temat dla swoich badań w ramach swoich indywidualnych zainteresowań.

- przykładowe zagadnienia: wszystkie tematy związane z badaniem i projektowaniem komunikacji – na przykład:

- badania empiryczne dotyczące ...

... konstruktów lub innych elementów komunikacji (symboli kolektywnych, semantyki określonych pojęć itp.),

... corporate identity i wizerunku,

... użytkowania mediów,

... kultury popularnej,

... funkcjonowania i możliwości wybranych technik badawczych (np. kreatywnych, takich jak rysowanie itp.)

- prace projektowe z zakresu corporate identity (projekty zostają opracowane w kontekście konstruktywistycznej teorii komunikacji i planowania strategicznego i powinny być związane z badaniem przygotowującym lub ewaluacyjnym.)

10. dr Karolina Lachowska

Tematyka: Projektowanie komunikacji - corporate identity - badania empiryczne

Tematyka seminarium obejmować będzie szeroko rozumiane projektowanie komunikacji, konstrukcję rzeczywistości (także przez media), mediatyzację życia społecznego, a także zagadnienia z zakresu corporate identity i badania wizerunku. Spotkania seminaryjne traktowane będą jako miejsce współpracy. Studenci na podstawie zagadnień omawianych podczas zajęć, swoich doświadczeń i zainteresowań wybiorą tematy, nad którymi pracować będą przez dwa semestry. Studenci mogą realizować tematy zarówno projektowe, jak i badawcze, wykorzystując przy tym metody badań ilościowych i jakościowych. Podczas pierwszych spotkań omówione zostaną podstawowe zasady pisania prac dyplomowych (np. struktura i format pracy, tworzenie przypisów bibliograficznych, sposoby prezentacji danych) oraz źródła informacji naukowej.

11. dr Patrycja Rozbicka

Tematyka: Wizualność – Komunikacja – Społeczeństwo – Kultura

Seminarium licencjackie poświęcone będzie szerokiej refleksji nad komunikowaniem, dla którego społeczeństwo i przestrzeń społeczna i kulturowa są kluczowym kontekstem interpretacyjnym.

Na seminarium studenci będą zobowiązani informować prowadzącego o postępach w wykonywaniu pracy licencjackiej. Seminarium jest też miejscem prezentacji zebranego materiału analitycznego i metodologii jego opracowania.

Zagadnienia szczegółowe: komunikacja społeczna, komunikacja międzykulturowa, komunikacja wizualna, branding, międzykulturowe public relations; kategoria Inny/Obcy, multikulturalizm, postkolonializm, nacjonalizm, konstruowanie tożsamości; wizualność miasta, wizualność współczesnej kultury masowej, kody kultury.

12. dr Katarzyna Konarska

Tematyka: Media - społeczeństwo - zarządzanie komunikacją (w tym wizerunkową)

Problematyka zajęć:

- komunikowanie społeczne
- media i systemy medialne
- media i polityka
- zarządzanie komunikacją (w tym wizerunkową, marketingową)

13. dr Paweł Baranowski

Seminarium licencjackie dla studentów ostatniego roku studiów licencjackich ma na celu pomóc przygotować i obronić pracę licencjacką. W szczególności zapraszam studentów zainteresowanych nowymi mediami, mediami społecznościowymi, studiami nad dziennikarstwem oraz związków mediów i polityki. W związku z tym, że głównie zajmuję się badaniami empirycznymi, uczestników seminarium zachęcam do przeprowadzenia własnych badań (metodami ilościowymi i jakościowymi), które będą podstawą pracy licencjackiej.

Seminarium – 30/18 godz.

Forma zaliczenia:

uczestnictwo w zajęciach,

prezentacja postępów w pracy licencjackiej.

UWAGA: na zaliczenie pierwszego semestru wymagam konceptualizacji pracy oraz skończonego pierwszego rozdziału!

Prognozowana treść seminarium:

Wybór tematu. Konstrukcja pracy licencjackiej i wymogi redakcyjne. Metodologia badań. Konceptualizacja pracy licencjackiej. Poszukiwanie źródeł. Edycja pracy licencjackiej. Wsparcie na każdym etapie powstawania pracy licencjackiej.

14. dr Roman Wróblewski

Tematyka będzie dotyczyła tematów związanych z:

Wydawnictwami nielegalnymi lat 80. ubiegłego wieku (analizy prasy podziemnej – tematy, tytuły), galanteria podziemna;

Środowiska wydawnicze i kolporterskie nielegalnych wydawnictw lat 80. ubiegłego wieku (wydawnictwa; drukarze, sieci kolporterskie, ludzie związani z niezależnym ruchem wydawniczym);

Marketing polityczny, wyborczy (analizy komunikacji kandydatów/komitetów);

Język propagandy politycznej;

Perswazja w języku (polityka, reklama itp.);

Językowy obraz świata – analizy językowych przekazów medialnych (wybrane tematy, autorzy, tytuły).

Inne tematy możliwe po uzgodnieniu.

15. dr Tomasz Nowak

Tematyka: Język, komunikacja, rzeczywistość

Na seminarium licencjackie zapraszam osoby zainteresowane badaniem różnych zjawisk językowo-komunikacyjnych. A szczególnie zapraszam tych, którym niestraszne poszukiwania w tomiszczach lektur, drążenie, doczytywanie, dopowiadanie i w końcu odkrywanie tego, co zapisane (czy wypowiedziane) między słowami.

Obszary tematyczne prac dyplomowych:

- język mediów/w mediach,
- językowy obraz świata (i kultury),
- relacje: język a rzeczywistość,
- performatywność języka (aktów mowy),
- dyskursy wykluczenia i tabuizacja języka,
- socjolingwistyka (socjolekty, profesjolekty, idiolekty, biolekty),
- projektowanie doświadczeń