

SEMINARIUM LICENCJACKIE

prof. L. Pułka, prof. I. Borkowski, dr hab. M. Grech, dr hab. K. Maliszewski, dr D. Kokowicz, dr D. Lewiński,
dr A. Siemes, dr M. Pielużek,
dr M. Rydlewski, dr. M. Kolankowska, dr K. Lachowska, dr P. Rozbicka, dr K. Konarska, dr R. Wróblewski,
dr P. Baranowski, dr P. Pawiński, dr D. Szkoła

Zapisy na: seminaRIA

I. Zapisy na seminarium licencjackie

W semestrze zimowym 2019/2020 zapisy obowiązują studentów III roku studiów pierwszego stopnia kierunków Dziennikarstwo i komunikacja społeczna oraz Komunikacja wizerunkowa – zapisy do konkretnych wykładowców. Poniżej znajduje się lista wykładowców wraz z opisem tematyki seminariów.

1) Prof. Igor Borkowski Język - marka - komunikacja - dziennikarstwo

Moja tegoroczna propozycja to badanie komunikacji marki w kontekście językowym, badania środowiska dziennikarskiego (kompetencje, umiejętności, wiedza, stan organizacyjny mediów i profesji dziennikarskiej). Zapraszam Te i Tych, którym bliskie są badania materiałowe, tekstowe, ale też Wszystkich, którzy chcą zająć się badaniami lub projektami autorskimi o charakterze wdrożeniowym. Zawsze w cenie są własne, dobre koncepcje badawcze, analityczne i dokumentacyjne.

2) dr Michał Rydlewski

Tematyka seminarium: Media a kultura współczesna

Opis tematyki seminaryjnej: Tematyka mojego seminarium poświęcona jest relacji mediów oraz kultury współczesnej, szczególnie w jej wymiarze popkulturowym, której 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 zakorzenieni wszyscy, co jednych irytuje, gdyż widzą jej mialkość 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. Stosunek, często nacechowany emocjonalnie, do określonych wydarzeń (np. śmierć Amy Winehouse), osób (np. celebrytów) czy problemów (np. uprzedmiotawianie kobiet w mediach), jest dobrym punktem wyjścia do znalezienia tematu swojej pracy (nie warto zajmować się czymś, do czego ma się stosunek obojętny). Jeśli już znajdziesz temat, pomogę Tobie w jego poznawczej obróbce, podsunę odpowiednie narzędzia metodologiczne z pojemnej skrzynki nauk o mediach (medioznawstwa, antropologii mediów). Jeśli podzielasz moje dwa przekonania, a mianowicie, że (1) nie ma złych tematów, a tylko złe ich rozpracowanie oraz że (2) na drobnym wycinku popkultury (np. jakiegoś programu telewizyjnego) można pokazać głębszy wymiar kultury, to seminarium jest dla Ciebie.

3) dr Dominik Lewiński

Tematyka seminarium: Dyskursy mediów. Badania empiryczne

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

Opis: 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.

Opis: 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 w

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 szukaniem tematów oraz opracowaniem exposé, które równocześnie, razem z opracowanymi ćwiczeniami, stanowiąc będą o zaliczeniu pierwszego semestru.

6) dr Paweł Pawiński

Opis: Na seminarium będziemy tworzyć prace naukowe, którymi będzie można się pochwalić również poza Uniwersytetem Wrocławskim. Dlatego, oprócz nienagannego warsztatu naukowego, zadamy o tzw. implikacje marketingowe oraz formę, której nie powstydziliby się sam "Raport Idealny". W zależności od upodobań/awersji będzie można obrać jedną z dróg:
1. akcent na MARKI – tutaj będzie można zrealizować case study wybranego brandu albo dokonać analizy kategorii,
2. akcent na LUDZI – tutaj będzie można przyjrzeć się "konsumentom" w ramach netnografii (ewentualnie social media listeningu).

7) dr Annette Siemes

Tematyka seminarium: Badanie i projektowanie komunikacji

Opis: Celem seminarium jest samodzielne napisanie pracy licencjackiej przy stałej osobistej konsultacji poszczególnych kroków w ramach zajęć seminaryjnych.

Uczestnicy na podstawie omówionych na zajęciach przykładów i podstaw teoretycznych wybierają, określają i opracowują temat dla swoich badań w ramach swoich indywidualnych zainteresowań. Akceptowane są wyłącznie prace empiryczne z własnym badaniem lub prace z projektem corporate identity i ewaluacją.

Możliwe są wszystkie tematy związane z *badaniem lub/i projektowaniem komunikacji*, to znaczy badania empiryczne lub projekty wspierane systematyczną analizą.

Przykładowe zagadnienia: transformation design oraz ruchy i podejścia alternatywne w tym zakresie; konstrukty lub inne elementy komunikacji (symbole kolektywne, semantyka określonych pojęć itp.); corporate identity i wizerunek; użytkowanie mediów; kultura popularna; prace projektowe z zakresu corporate identity (projekty CI zostają opracowane w kontekście teorii komunikacji i planowania strategicznego i powinny być związane z badaniem przygotowującym lub ewaluacyjnym).

8) dr Karolina Lachowska

Tematyka seminarium: Projektowanie komunikacji - corporate identity - badania empiryczne

Opis: 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.

9) dr Patrycja Rozbicka

Temat seminarium: Wizualność – Komunikacja – Społeczeństwo

Opis: Seminarium licencjackie poświęcone będzie szerokiej refleksji nad komunikowaniem (społecznym, wizualnym, interkulturowym), dla którego społeczeństwo i przestrzeń społeczna 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.

Seminarium będzie otwarte również na inne tematy.

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

10) dr Katarzyna Konarska

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

Opis: Problematyka zajęć:

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

11) dr Dorota Kokowicz

Tematyka seminarium: Branding narodowy jako proces społeczny i zarządczy budowania wizerunku i reputacji kraju

Opis: Według Simona Anholta czasy konkurowania krajów jedynie przy wykorzystywaniu materialnych zasobów, infrastruktury, czy atrakcyjnego systemu podatkowego już minęły. Obecnie ich powodzenie na arenie międzynarodowej zależy także od ich reputacji i świadomości, iż „jakość jest bezwartościowa, jeśli nie jest powszechnie rozpoznawalna”.

W celu budowania swojej pozycji na rynku międzynarodowym kraje wykorzystują metody i narzędzia stosowane przez przedsiębiorstwa. Wyrazisty wizerunek ma bowiem dla kraju znaczenie strategiczne – od niego zależy jego pozycja na arenie międzynarodowej i rozwój, ale także na postrzeganie wszystkiego, co z danym krajem jest związane, np. produktów, usług, miejsc itp. Dlatego tak ważne jest wzmacnianie marki kraju i stałe budowanie jego przewagi konkurencyjnej, co wydaje się niemożliwe bez spójnego programu promocji opartego na analizie wizerunku, jasnych koncepcji co do kierunków działań, a także wykorzystania różnorodnych form komunikowania.

Seminarzyści mogą dokonać wyboru tematów prac licencjackich spośród poniższych, przykładowych zagadnień:

1. Teoretyczne i praktyczne aspekty kształtowania marki narodowej przez kraje w takich obszarach, jak m.in.: polityka zagraniczna, kultura, turystyka i gospodarka;
2. Wizerunek krajów i narodów (w tym stereotypy narodowościowe) w mediach;
3. Budowanie marki narodowej w obszarze dyplomacji publicznej;
4. Branding narodowy w obszarze turystyki;
5. Rola kultury w kształtowaniu wizerunku kraju za granicą;
6. Marki firm i produktów jako „ambasadorowie” krajów za granicą;
7. Działania PR krajów za granicą;
8. Nowoczesne formy dyplomacji publicznej;
9. Promocja miast i regionów;
10. Wykorzystanie mediów społecznościowych w brandingu narodowym, itp.

12) dr Paweł Baranowski

Temat : empiryczna analiza zawartości internetu, nowych mediów, mediów społecznościowych, badań nad dziennikarstwem oraz szeroko pojmowanego komunikowania.

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.

13) dr Dawid Szkoła

Tematyka seminarium: Analiza i interpretacja dzieł współczesnej kultury

Opis: „Interpretuję, więc jestem, albo może lepiej: staję się. Po drugie: interpretacja jest ryzykiem, a to oznacza, że zawsze jest ona walką. To nie są – jak się czasem słyszy – letnie negocjacje z tekstem, ale prawdziwa walka, wdzieranie się w tekst, wgryzanie, przebijanie na drugą stronę. [...] Po trzecie: jeśli pisanie jest «ukazaniem» czy «objawieniem», to jasną jest rzeczą, że interpretacja, mimo że u swoich początków ma subiektywną namiętność, nie zastyga w niej, bo zawsze w ostatecznym rachunku chce być dla kogoś” – twierdzi, zresztą prawdopodobnie słusznie, Dariusz Czaja. Umiejętność analizowania i interpretowania współczesnych tekstów kultury, chociaż może wydawać się zajęciem anachronicznym, nadal okazuje się przydatna w obcowaniu ze światem. Jest to również zajęcie na swój sposób interesujące. Szczególnie jeśli weźmie się pod uwagę eklektyzm współczesnej kultury, którą łączy ze sobą różne formy wypowiedzi twórczej.

Seminarium licencjackie będzie służyło studentom w przekuciu ich zainteresowań w formę pracy licencjackiej. Szczególnie interesujące wydają mi się pogranicza gatunków literackich (esej, felieton, reportaż), filozofii i literatury, przenikanie się polityki i sztuki, ale również analiza innych dzieł współczesnej kultury, jak muzyka, gry komputerowe, sport (podania Andrea Pirlo przecież też są sztuką). Również antropologia kultury, antropologia literatury, czyli jej wpływ na naszą egzystencję, wydaje mi się interesujący.

Ważna jest dla mnie systematyczna praca studentów. Dlatego wymagam długiej pracy z tekstami i tekstem pisanym przez seminarzystów.

14) dr Małgorzata Kolankowska

Temat: Dziennikarstwo jako sposób tłumaczenia świata. Między dziennikarstwem a literaturą

Opis: Ryszard Kapuściński nazywał dziennikarzy tłumaczami – twierdził, że ich zadaniem jest tłumaczenie jednej kultury na drugą. Celem seminarium jest napisanie interdyscyplinarnej pracy dyplomowej, w której zostaną omówione przykłady działań/ tekstów/ materiałów dziennikarskich mających na celu poszerzenie horyzontów, wyjaśnianie zjawisk, odmiennych zachowań i kultur. Przedmiotem badań mogą być książki reportażowe, artykuły, felietony bądź inne materiały medialne (również gatunki pograniczne i hybrydowe) w mediach tradycyjnych lub cyfrowych. Zadaniem studentów będzie poszukiwanie i analiza użytych środków, a także krytyczne ustosunkowanie się do omawianych treści, przy jednoczesnym wykorzystaniu dostępnej wiedzy z zakresu medioznawstwa, kulturoznawstwa, językoznawstwa i literaturoznawstwa.

15) dr hab. Karol Maliszewski

Temat: KULTURA-LITERATURA-KOMUNIKACJA

(pisarze- książki-nurty-tendencje-krytyka literacka-promocja literatury-zmiany w komunikacji literackiej- kształtowanie wizerunku a rynek książki-literatura a media, film, teatr, esej, felieton, publicystyka kulturalna, blogi opiniotwórcze, literatura w internecie itp.)

16) prof. Leszek Pułka –

17) dr Roman Wróblewski –

Prasa nielegalna lat 80. ubiegłego wieku (analizy prasy podziemnej – tematy, tytuły, wydawnictwa; drukarze, sieci kolporterskie; galanteria podziemna)

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.