**Seminaria magisterskie niestacjonarne dla rozpoczynających od 2023/2024, limit: 11**

***Seminarium magisterskie dla I roku studiów magisterskich kierunek komunikacja wizerunkowa oraz dziennikarstwo i komunikacja społeczna***

**Dr hab. Michał Grech**

Temat: Oceny, opinie i wartościowanie jako istotny składnik komunikatów

W ramach seminarium skupimy się na problematyce opinii, ocen i wartościowania w komunikacji. Niemniej jednak w ramach seminarium uczestnicy mogą podejmować różne, wybrane tematy w konsultacji w promotorem.

Seminarium ma uczestnikom pomóc zarówno w rozwoju własnych problemów badawczych, jak i w w znalezieniu odpowiedzi na podstawowe pytania towarzyszące przygotowaniu samodzielnej pracy badawczej.

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

Seminarium rozpocznie się od wprowadzenie 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, stanowić będą o zaliczeniu pierwszego semestru.

**dr hab. Jacek Grębowiec**

Celem seminarium będzie przygotowanie autorskich prac dyplomowych, w których wybrane wspólnie przez seminarzystę i promotora teksty kultury: propagandowe, polityczne, reklamowe, publicystyczne lub teksty kultury popularnej będą analizowane i interpretowane z wykorzystaniem metod i pojęć powstałych w obszarze dwudziestowiecznej semiologii (Bachtin, Eco, Barthes) albo pragmalingwistyki, a zatem w świetle teorii Austina, Searle'a, Levinsona, Leecha, Grice'a, Wierzbickiej, Awdiejewa i in. (i konceptów pokrewnych), albo z odwołaniem do reguł klasycznej i nowej retoryki (Arystoteles, Kwintylian, Perelman, Fish, Rusinek).

Od seminarzystów wymagam fundamentalnych kompetencji w zakresie teorii komunikacji (kulturowej również), historii kultury, retoryki i pragmatyki języka. Na seminarium powstawać mogą wyłącznie samodzielne prace analityczno-interpretacyjne związane z konkretnymi tekstami, poparte solidnym przygotowaniem teoretycznym (literaturą naukową, nie internetowymi wyimkami i streszczeniami). Przykładam wielką wagę do kultury języka, oczekuję bardzo dobrej znajomość zasad interpunkcji i komunikatywnego stylu wypowiedzi (studentów popełniających liczne bądź rażące błędy językowe i stylistyczne proszę o poszukanie bardziej pobłażliwych promotorów), a także dobrego tempa pracy. Już po pierwszym semestrze wymagam oddania spisu treści, wstępu i jednego skończonego rozdziału pracy dyplomowej.

Jeśli potrafisz bezbłędnie uzupełnić przecinki w zdaniu: „To co robię i to co mówię jest zazwyczaj ciekawe” i jeśli wiesz, co to siła illokucyjna, demagogia, intertekstualność, proponowane seminarium może być odpowiednie dla Ciebie. Nie jestem zainteresowany opieką nad pracami polegającymi na gromadzeniu danych z ankiet i na powtarzaniu tych danych w skromnych komentarzach.

**dr hab. Katarzyna Konarska**

Tematyka seminarium obejmuje takie zagadnienia jak: komunikacja marketingowa, komunikowanie wizerunku, komunikowanie polityczne, media a polityka, systemy medialne i współczesne media i dziennikarstwo, a także analizę dyskursu. W ramach seminarium możliwe jest realizowanie także innym tematów w uzgodnieniu z promotorem. Zajęcia mają charakter przede wszystkim pracy indywidualnej ze studentem. W 1 semestrze odbywają się wspólne dla wszystkich spotkania, podczas których omawiane są formalne (językowe, metodologiczne, merytoryczne) i techniczne aspekty pisania pracy naukowej. Następnie podczas indywidualnych spotkań seminaryjnych ustalany jest temat i zakres pracy. Na zakończenie 1 semestru studenci muszą przedstawić 1 rozdział pracy (do września). Na zakończenie 2 semestru 2 rozdział i część 3 rozdziału. Warunkiem wystawienia zaliczenia w ostatnim semestrze jest przedstawienie pracy w całości.

**dr hab. Karol Maliszewski**

Literatura-kultura-komunikacja  
(pisarz jako figura medialna, książka jako produkt, literatura a nowe media,   
promocja literatury, współczesne miejsce literatury w kulturze, ekranizacje literatury, creative writing, krytyka literacka i artystyczna, czasopisma i blogi literackie, publicystyka kulturalna, felieton jako gatunek literacki, esej i eseistyka, Dolny Śląsk jako kraina literacka, Wrocław w literaturze współczesnej itp.)

**dr hab. Adam Szynol**

Seminarium magisterskie to trzysemestralny kurs, którego głównym zadaniem jest napisanie pracy magisterskiej zgodnej z kryteriami pisania publikacji naukowych i wymogami kierunku. W trakcie pierwszego semestru uczestnicy poznają standardy edytorskie pracy magisterskiej i wspólnie z promotorem ustalają jej tytuł. W kolejnym przeprowadzają własne badania i rozpoczynają proces twórczy, który powinien zakończyć się w trzecim semestrze gotową do obrony pracą. Wśród preferowanych tematów są te dotyczące mediów różnego szczebla, zmian w zawodzie dziennikarza, ale także dotyczących trendów globalnych w mediach, jak tabloidyzacja, fake news czy dezinformacja. Możliwe do zrealizowania są także tematy związane z kształtowaniem wizerunku wybranych firm lub postaci czy przykłady influence marketingu.

**dr hab. Annette Siemes**

Pierwszy semestr seminarium magisterskiego służy do orientacji z uwagi na możliwe tematy prac oraz do przygotowania kolejnych kroków. W zależności od indywidualnych zainteresowań nacisk leży na powtórzeniu/pogłębianiu podstaw teoretycznych lub na omówieniu wybranych tematów z zakresu badań i projektowania komunikacji oraz zagadnień dotyczących *transformation design* w kontekście badań komunikacji.

Na podstawie omówionych na zajęciach podstaw teoretycznych i metodologicznych oraz przykładów badań empirycznych uczestnicy samodzielnie wybierają, określają i opracowują temat swoich badań. Prace/badania empiryczne mogą dotyczyć:

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

- wizerunku i *corporate identity*,

- użytkowania mediów,

- pop-/subkultury,

- badań normalności.

Możliwe są także prace projektowe w zakresie wyżej wymienionych tematów. Projekty powinny być opracowane w kontekście teorii komunikacji i planowania strategicznego oraz związane z badaniem przygotowującym lub ewaluacyjnym.

**dr Michał Rydlewski**

**Temat 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 miałkość 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. uprzedmiatawianie 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 zmediatyzowanej kultury, to seminarium jest dla Ciebie.

**dr Kamil Olender**

Tematyka: Projektowanie komunikacji (proksemika, systemy orientacyjne, polityka, społeczeństwo, wartości)

Seminarium obejmuje tematykę związaną z communication design, a w szczególności obszary: dyskurs polityki i mediów, badania komunikacji, systemy orientacyjne, proksemika, wartości. Tematy są negocjowalne w ramach opisanych powyżej granic.  Celem seminarium jest przygotowanie indywidualnego i samodzielnego projektu badawczego, zgodnego z przyjętymi standardami sporządzania prac dyplomowych i naukowych.  Będziemy unikać tematu influencerów, social mediów, chyba że w ujęciu krytycznym.

**prof. Arkadiusz Lewicki**

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 stanowić mogą podstawę powstających na seminarium prac magisterskich.

**dr Sylwia Dec-Pustelnik**

**Tematyka seminarium**: komunikowanie społeczne – komunikowanie międzykulturowe - badania nad stereotypami, mitami, tożsamością narodową – polityka historyczna – media i  polityka – dyskursy medialne – mediatyzacja polityki – mediatyzacja życia społecznego -dziennikarstwo muzyczne (historia muzyki, musical i film muzyczny).

Studenci na podstawie zagadnień omawianych podczas zajęć, swoich doświadczeń czy zainteresowań wybiorą tematy, nad którymi będziemy wspólnie pracować przez trzy semestry. Podczas pierwszych spotkań przypomniane zostaną podstawowe zasady pisania prac dyplomowych (m.in. struktura i format pracy, tworzenie przypisów bibliograficznych, bibliografii etc.).

**dr Patrycja Rozbicka**

Temat: Wizualność – Komunikacja – Społeczeństwo - Kultura

Opis:

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

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

**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.