

Zapisy na przedmiot: Seminarium magisterskie

W semestrze letnim 2022/2023 zapisy obowiązują studentów I roku studiów drugiego stopnia kierunków Dziennikarstwo i komunikacja społeczna oraz Komunikacja wizerunkowa – zapisy do konkretnych wykładowców - 15 prowadzących - limit 9 osób.

Termin weryfikacji: 13.02.2023 r. od godz. 10:00 do dnia 15.02.2023 r. do godz. 13.00

Zapisy odbywają się w dniach 17.02.2023r. od godz. 10.00 do 18.02.2023r. do godz. 23.59.

Poniżej znajduje się lista wykładowców wraz z opisem tematyki seminariów.

1) prof. Izabela Surynt

Komunikowanie międzykulturowe - MY i ONI.

Głównym założeniem seminarium jest wypracowanie umiejętności komunikowania oraz analizy postrzegania grup innych kulturowo, czyli różniących się od grupy własnej, do której należy Autor/ka pracy.

Tematy, które mogą być realizowane w ramach seminarium:

1. Porównywanie kultur wg modeli kulturoznawczych E.T. Halla, G. Hofstede'go, Projektu GLOBE i innych (komparatystyka kulturowa)
2. Badanie stereotypowego postrzegania innych (badania nad stereotypami)
3. Dyskurs medialny na temat innych kultur (analiza dyskursu)
4. Interakcje pomiędzy przedstawicielami różnych kultur
5. Wielokulturowość versus multikulturalizm w przeszłości i dziś (np. problem imigrantów)
6. Funkcjonowanie mniejszości narodowych w Polsce i innych krajach
7. Tożsamości lokalne/regionalne, a także płciowe, społeczne, zawodowe, religijne etc.
8. Dyskursy o Innych (w Polsce i innych wspólnotach kulturowych)
9. Polski autodyskurs/autostereotyp
10. Po co nam wróg? Przedstawienia wrogów „narodu”, „ludu”, „państwa”, „kościół”, „rodziny” etc. Funkcjonalizacja obrazu wroga

Materiały, na bazie których mogą być prowadzone badania:

1. Dyskurs medialny (Internet, prasa, TV, radio etc.)
2. Dyskurs literacki, teatralny, filmowy, na podstawie egodokumentów etc.
3. Gry komputerowe, komiksy, plakaty, inny materiał ikonograficzny
4. Ruchy społeczne (manifestacje, subkultury, kultury fanowskie etc.)
5. Muzyka - teksty i ikonografia, kreowanie wizerunku
6. Wywiady ewent. ankiety

2) prof. Marek Bratuń

Internet jako miejsce spotkania i dialogu [komunikacja w procesie globalizacji, portale społecznościowe, blogi, reklama w Internecie].

3) prof. Bartosz Jastrzębski

Społeczno-kulturowe aspekty komunikacji ze społecznością romską w Polsce

Przedmiotem seminarium są relacje komunikacyjne pomiędzy mniejszością romską w obrębie większościowej społeczności polskiej. Punktem wyjścia będzie historia Romów w Polsce, której znajomość jest konieczna dla zrozumienia dzisiejszych narracji o Romach i stosunku do nich. Głównym jednak temat stanowić będzie współczesne funkcjonowanie społeczności Romów w społeczeństwie polskim, ich wizerunek, charakterystyczne stereotypizacje, jakim podlegają, a także

problemy społeczne, kulturowe i ekonomiczne, które się pojawiają na styku tych dwóch kultur. Temat ten jest tym bardziej istotny, iż pomimo funkcjonowania etnicznej grupy romskiej na ziemiach polskich przynajmniej od XIV wieku wiedza o jej kulturze, obyczajach oraz konstytutywnych dla jej tożsamości wierzeniach, legendach i sposobach życia jest wciąż niewystarczająca, by nie powiedzieć - nikła. Choć niemal każdy z Romami się zetknął – ponieważ stanowią oni konstytutywny element naszego pejzażu kulturowo-etnicznego jako obywatele polscy - to praktycznie (oprócz niewielkiej liczby badaczy) nikt nie jest w stanie powiedzieć kim – w sensie kulturowym - są Romowie polscy lub emigranci romscy przebywający w Polsce. Niniejsze seminarium ma na celu częściowe przynajmniej rozświetlenie tej niewiedzy.

4) prof. Arkadiusz Lewicki

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 mogą podstawę powstający na seminarium prac magisterskich.

5) dr hab. Jędrzej Morawiecki

Tematyka: Badania empiryczne.

Możemy pracować razem nad badaniem recepcji szeroko rozumianych przekazów medialnych. Możemy identyfikować determinanty ich produkcji. Możemy wreszcie opisywać środowisko wytwórców tych komunikatów (np. reporterek, dziennikarzy, działów PR etc.) i spojrzeć na te grupy czy kategorie z perspektywy socjologicznej. Możemy jednak również zająć się badaniami konsumenckimi czy komunikacyjnym case study. Warunki wejściowe na naszym seminarium to: wybór sposobu próbkowania, koncentracja na studium przypadku, projektowanie pomiaru (operacjonalizacja badań terenowych; nie dopuszczam prac teoretycznych czy deskryptywnych).

6) dr hab. 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)

7) dr hab. Michał Grech

Temat: Wartości i wartościowanie w komunikacji.

Seminarium zorientowane będzie na rozwój badań nad wartościami i wartościowaniem w procesach komunikacyjnych i medialnych. Szczególne znaczenie będą miały badania i rozwój metod kwestionariuszowych i analizy zawartości.

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.

8) dr hab. Karol Maliszewski

KULTURA-LITERATURA-KOMUNIKACJA (pisarze-książki-nurty-tendencje-krytyka literacka i artystyczna-promocja literatury-zmiany w komunikacji literackiej - kształtowanie wizerunku a rynek książki-literatura a media-publicystyka kulturalna-eseistyka-creative writing-czasopisma i blogi literackie itp.)

9) dr hab. Adam Szynol

Tematyka: "Polskie media i dziennikarstwo w cyfrowej erze"

Zadaniem trzyletniego seminarium jest przygotowanie wartościowej i merytorycznie poprawnej pracy magisterskiej, której tematyka mieści się w dziedzinie nauk o komunikowaniu społecznym i mediach. Pierwszy semestr skupia się głównie na kwestiach koncepcyjnych i metodologicznych. Uczestnicy zapoznają się z wymogami pisania prac naukowych, wspólnie z prowadzącym ustalają tematykę dysertacji i zakres dostępnej bibliografii. Kolejne dwa semestry to stopniowa realizacja zaakceptowanej wcześniej koncepcji badawczej, rozwiązywanie ewentualnych problemów i przygotowanie do obrony pracy magisterskiej.

10) dr Michał Rydlewski

Seminarium magisterskie poświęcone jest zagadnieniom związanym ze społeczną odpowiedzialnością biznesu (CSR), relacjami pomiędzy kulturą, biznesem, marketingiem a rynkiem pracy oraz kulturowymi przemianami, które rzutują na zmiany w marketingu, sposobach prowadzenia biznesu. Kładzie się nacisk na tezę, iż bez zrozumienia pewnych procesów w kulturze, łącznie ze zmianami pokoleniowymi oraz technologicznymi, nie jest możliwe odpowiednie sprofilowanie marketingu, a także odpowiednie rozumienie rynku pracy, rozwój klasy kreatywnej etc. Seminarium ma na celu pokazanie, jak pisać w marketingu, komunikacji wizerunkowej, PR w perspektywie sieciowej, tj. uwzględniającej heterogeniczną sieć relacji, w którą są one uwikłane.

11) 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.

12) 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/pogłębieniu 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.

13) dr Paweł Urbaniak

Tematyka: Studia nad dziennikarstwem i mediami

W ramach seminarium będą realizowane prace dyplomowe, związane ze studiami nad mediami i dziennikarstwem. Prace będą oparte na szerokiej metodologii medioznawczej (m.in. badania empiryczne, badania dyskursu). Tematy będą dotyczyły zarówno współczesności, jak i historycznych aspektów funkcjonowania mediów i dziennikarstwa. Celem prac będzie uchwycenie zarówno przemian mediów współczesnych, jak i ich wpływu na społeczną rzeczywistość.

14) dr Dominik Lewiński

Tematyka: „Dyskursy mediów. Badania empiryczne”

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.

15) dr Marcin Pielużek

Tematyka: Komunikacja subkulturowa / lifestylowa (badanie i projektowanie komunikacji)

W ramach seminarium pracować będziemy nad przygotowaniem merytorycznym pracy magisterskiej zorientowanej na badanie komunikacji oraz medialnych konstrukcji rzeczywistości, ze specjalnym uwzględnieniem komunikacji różnorodnych grup subkulturowych.

Komunikacja subkulturowa rozumiana będzie jako komunikacja różnych grup społecznych / politycznych / zawodowych, charakteryzująca się własnymi kodami komunikacyjnymi, specyficznymi dla siebie semantykami, wartościami, ideologią. Tematyka prac obejmować może przykładowo analizę sposobów projektowania i reprodukcji komunikacji subkulturowej w mediach drukowanych i online (media popularne, magazyny lifestylowe, media alternatywne, prasa/media niszowe itp.), analizę języka i/lub komunikacji wizualnej danej subkultury, badanie wizerunku danych subkultur. Główne problemy, które będą nas interesować: 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 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.

W trakcie pierwszego semestru pracować będziemy nad przygotowaniem koncepcyjnym, merytorycznym i metodologicznym pracy oraz zaplanowaniem poszczególnych etapów pracy. W kolejne dwa semestry przeznaczone są na realizację zaprojektowanego badania, przygotowania części teoretycznej i przygotowania finalnej wersji pracy do obrony.

Proszę o sprawdzenie na swoich indywidualnych kontaktach w USOS dostępu na zapisy na przedmiot: Seminarium magisterskie 21-DKS-KW-S2-E2-SE.

Jeżeli przedmiot nie będzie widoczny proszę o maila na adres: dskkw.rejestracja@gmail.com

Proszę o podanie: nazwiska, specjalności i numeru albumu!