

## Zapisy na seminaria licencjackie

W semestrze zimowym 2022/2023 zapisy obowiązują studentów III roku studiów pierwszego stopnia kierunków Dziennikarstwo i komunikacja społeczna oraz Komunikacja wizerunkowa – zapisy do konkretnych wykładowców - 15 prowadzących - limit 9 osób. Poniżej znajduje się lista wykładowców wraz z opisem tematyki seminariów.

### 1. dr Katarzyna Płoszaj

#### **Tematyka: projektowanie treści w wymiarze communication design**

W ramach seminarium, które wspólnie będziemy tworzyć, kluczowa będzie systematyczna i skrupulatna praca na potrzeby kompleksowego opracowania wybranej problematyki i stworzenia pracy o charakterze projektowym lub badawczym. Szczególnie mile widziane są tu tematy z zakresu projektowania treści w wymiarze communication design (czyli dotyczące takich zagadnień jak content design, content writing, copywriting, UX writing czy creative writing), a także związane z corporate identity bądź innymi aspektami projektowania tudzież komunikacji. Możliwe jest również podjęcie tematów dotyczących problemów oraz zjawisk społecznych.

### 2. 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.

### 3. dr Annette Siemes

#### **Tematyka: badanie i projektowanie komunikacji, transformation design.**

Uczestnicy seminarium na podstawie omówionych na zajęciach przykładów i podstaw teoretycznych samodzielnie 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 wspieranym badawczo.

Możliwe są wszystkie tematy związane z badaniem i projektowaniem komunikacji oraz z zagadnieniami dotyczącymi transformation design:

- prace/badania empiryczne dotyczące ...
- ... konstruktów lub innych elementów komunikacji (symboli kolektywnych, semantyki określonych pojęć itp.),
- ... wizerunku i CI,
- ... użytkowania mediów,
- ... pop-/subkultury,
- ... badań normalności.

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

#### **4. dr Dawid Głownia**

##### **Nazwa seminarium: Kultura popularna i media wizualne.**

Seminarium adresowane jest do studentów i studentek interesujących się kulturą popularną i szeroko rozumianymi – a więc m.in. filmem, komiksem, gramy wideo, plakatem, karykaturą, malarstwem, ale także niewizualnymi obszarami kultury popularnej, jak muzyka czy literatura popularna. W ramach seminarium główny nacisk zostanie położony na społeczne i polityczne aspekty tychże – np. właściwości odbiorców wpływające na ich odbiór materiałów wizualnych, postrzeganie kultury popularnej jako swoistego barometru nastrojów społecznych, perswazyjne wykorzystanie filmu itp. Pierwsze spotkania będą miały charakter wprowadzający – zostaną poświęcone m.in. na omówienie specyfiki pracy licencjackiej oraz kwestii technicznych związanych z jej przygotowaniem. Forma późniejszych spotkań będzie zależała od preferencji grupy.

#### **5. dr Patrycja Rozbicka**

##### **Tematyka: Wizualność – Komunikacja – Społeczeństwo**

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.

#### **6. 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.

#### **7. dr Sylwia Dec-Pustelnik**

**Tematyka :** komunikowanie społeczne – komunikowanie międzykulturowe - badania nad stereotypami, mitami, tożsamością narodową – polityka historyczna – media i polityka –

dyskursy medialne – mediatyzacja polityki – 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 dwa semestry. Podczas pierwszych spotkań omówione zostaną podstawowe zasady pisania prac dyplomowych (m.in. struktura i format pracy, tworzenie przypisów bibliograficznych, bibliografii etc.).

## **8. 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.

## **9. dr Małgorzata Czapiga-Klag**

### **Tematyka: Audiowizualności kultury współczesnej**

Pierwsza część zajęć poświęcona będzie kwestiom formalnym związanym z pisaniem i obroną pracy licencjackiej, budowaniem warsztatu pracy (wyszukiwanie źródeł, kwerendy biblioteczne, sporządzanie notatek), sformułowaniem tematu i rozpisaniem planu pracy, zasadami argumentacji i dowodzenia, a także zagadnieniom redakcji tekstu (opatrywanie go przypisami, aneksami i bibliografią końcową).

W drugiej części zajęcia skupiać się będą na problemach związanych z funkcjonowaniem ikonosfery i audiosfery kultury współczesnej. Poruszone zagadnienia mają stać się inspiracją do sformułowania tematów swoich prac. Poszczególne, zaproponowane przez seminarzystów, przypadki rozważane będą w kontekście antropologii kultury i antropologii mediów. Analizy obrazów i/lub dźwięków, eksperymentów tradycyjnych i cyfrowych technologii, ekspansji multimedialnych, ról ich wytwórców, odbiorców, współtwórców stanowiąc będą punkt wyjścia do refleksji nad kulturą współczesną w ogóle.

## **10. dr Dorota Kokowicz**

Według Simona Anholt'a 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.

## **11. 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 partii/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.

## **12. 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.

### **13. dr Tomasz Nowak**

#### **Temat: Język, komunikacja, rzeczywistość**

Na tegoroczne seminarium licencjackie zapraszam osoby zainteresowane badaniem różnych zjawisk językowo-komunikacyjnych. Szczególnie zapraszam tych z Państwa, którym niestraszne poszukiwania w tomiszczech lektur, doczytywanie, dopowiadanie i odkrywanie tego, co zapisane (lub wypowiedziane) między słowami... W końcu działania te pomogą Państwu odpowiednio zredagować autorską pracę dyplomową (naukową).

Obszary tematyczne prac dyplomowych:

- język mediów/w mediach,
- językowe obrazy świata (i kultury),
- relacje język – rzeczywistość,
- tabu językowe i/czy tabuizacja języka,
- dyskursy wykluczenia,
- socjolingwistyka.

### **14. prof. Bartosz Jastrzębski**

#### **Tematyka: Religia – Polityka – Media**

Przedmiotem seminarium będą liczne, złożone i wielorakie relacje pomiędzy religią, światem polityki oraz mediów. W publicystyce – ale także w naukach społecznych - związki te często są przedstawiane w sposób uproszczony i silnie zideologizowany. Stanowiska dotyczące tego, jak powinny wyglądać owe relacje bardzo często są silnie spolaryzowane, a spory między zwolennikami poszczególnych rozwiązań, mocno nacechowane skrajnymi nawet emocjami i radykalnymi postulatami. Pojawia się więc w obrębie owej problematyki mnóstwo istotnych pytań: czy – i na jakich zasadach – religia może łączyć się z polityką i tym samym wpływać na kształt przestrzeni i wspólnoty publicznej? Na ile religia może (powinna?) być obecna w mediach państwowych? Czy może raczej przestrzeń medialna winna być „neutralna” religijnie, aksjologicznie i światopoglądowo? A może postulat ten z natury swej jest utopijnym i niemożliwy do zrealizowania? Jakie skutki społeczno-kulturowe niesie ze sobą obecność religii w polityce i mediach? Seminarium ma na celu bliższe przyjrzenie się tym kwestiom i udzielenie choćby roboczych odpowiedzi na wyżej wymienione pytania.

### **15. 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 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, stanowiąc będą o zaliczeniu pierwszego semestru.