

**Seminaria licencjackie na kierunku:  
dziennikarstwo i komunikacja społeczna. IEMiD WT UKSW**

dr Magdalena Butkiewicz: Propaganda i manipulacja w mediach

dr hab. Katarzyna Flader-Rzeszowska: Teatr w mediach – media w teatrze

dr Aleksandra Gralczyk: Komunikacja wizualna i edukacja medialna

dr Dagmara Jaszewska: Komunikacja kulturowa

dr Milena Kindziuk: Język i praktyka mediów tradycyjnych i społecznościowych

ks. dr hab. Dariusz Kurzydło: Dorastanie w kulturze popularnej

ks. dr Rafał Leśniczak: Komunikowanie polityczne i media

dr Piotr Łuczuk: Konwergencja i mobilność mediów w komunikacji cyfrowej

ks. dr Krzysztof Marcyński: Kompetencja komunikacyjna i retoryka dziennikarska

dr Anna Miotk: Public relations i badania mediów

ks. dr hab. Norbert Mojżyn: Komunikacja artystyczno-medialna

dr Paweł Płatek: Internet w przestrzeni życia człowieka

dr Błażej Szostek: Psychologia komunikacji

dr Mateusz J. Tutak: Społeczeństwo komunikacyjne

dr Dominika Żukowska-Gardzińska: Media jako przestrzeń dialogu wiary i kultury

Warszawa, maj 2017 r.

**Dr Magdalena Butkiewicz**

### **Propaganda i manipulacja w mediach**

W ramach seminarium możliwe są badania: szeroko pojętego zjawiska manipulacji w mediach – obszarów stosowania manipulacji, wykorzystywanych narzędzi itp.; manipulacji wizerunkiem medialnym osób publicznych, m.in. polityków, gwiazd, celebrytów; manipulacji informacjami – zawartości merytorycznej, języka i konstrukcji przekazów informacyjnych publikowanych w prasie, internecie, telewizji i w radiu; technik wywierania przez media wpływu na odbiorców; manipulacji w odniesieniu do historii mediów i dziennikarstwa; propagandy medialnej w ujęciu historycznym – form, zakresu, wykorzystywanych narzędzi; współczesnych form propagandy w mediach.

Badania będą prowadzone z wykorzystaniem metod jakościowych i ilościowych (z szerokim wachlarzem technik badawczych). Dopuszczalne będzie też pisanie pracy metodą krytycznej analizy treści materiałów źródłowych.

Literatura obowiązkowa:

Almeida F., *Manipulacja: w polityce, w reklamie, w miłości*, Gdańsk 2005.

Bajka Z., *Historia mediów*, Kraków 2008

Cialdini R., *Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka*, Sopot 2016.

Dobek-Ostrowska B., Fras J., Ociepka B., *Teoria i praktyka propagandy*, Wrocław 1999.

Dobek-Ostrowska B., *Komunikowanie polityczne i publiczne. Podręcznik akademicki*, Warszawa 2006.

Gackowski T., Dziedzic J., *Manipulacja w mediach: media o manipulacji*, Warszawa 2011.

Łowiecki M., *Krzywe zwierciadło: o manipulacji w mediach*, Lublin 2003.

Karwat M., *O złośliwej dyskredytacji. Manipulowanie wizerunkiem przeciwnika*, Warszawa 2007.

Pratkanis A., *Wiek propagandy: używanie i nadużywanie propagandy na co dzień*, Warszawa 2003.

Pułło A., *Prace magisterskie i licencjackie: wskazówki dla studentów*, Warszawa 2003.

*Słownik wiedzy o mediach*, E. Chudziński (red.), Pabianice 2009.

Thomson O., *Historia propagandy*, Warszawa 2001.

Wimmer R.D., Dominick J.R., *Mass media. Metody badań*, Kraków 2008.

**Dr hab. Katarzyna Flader-Rzeszowska**

### **Teatr w mediach - media w teatrze**

Teatr jest jednym z najstarszych środków komunikacji, gdzie wykonawcę definiuje się jako medium, a jego komunikację z publicznością w określonym miejscu rozpatruje się w ramach medialności. Współczesny teatr żywo reaguje na pojawianie się nowych mediów i włącza je w swój system organizacyjny i estetyczny, korzysta ze sztuki audialnej, video i multimedialnej. Dąży też, by telewizja, radio, film, video służyły mu jako metody rejestracji, rozpowszechniania i archiwizacji ulotnych spektakli. Teatr posługuje się mediami i istnieje w mediach. Ma wręcz charakter hipermedialny (za ciekawsze przykłady scen korzystających z techniki i multimediiów uznać można Lothe Lachmann Videoteatr „Poza” oraz teatr internetowy Pawła Passiniego).

Na seminarium powstają prace badające teatr z perspektywy *media studies*, uwzględniające stosunek teatru do innych mediów (telewizji, radia, filmu), poszukujące odpowiedzi na pytanie, jakie miejsce we współczesnej mediasferze zajmuje teatr. W ramach seminarium można pisać prace poświęcone obecności nowych mediów w teatrze, rozprawy z zakresu teatru telewizji i radia oraz teatru internetowego. Ale jest tu też miejsce na poszukiwanie teatralizacji, dramatyzacji i widowiskowości przekazów medialnych, np. uroczystości politycznych, zawodów sportowych, rozpraw sądowych, koncertów czyli tzw. *cultural performance*.

#### Literatura

(red.) A. Chałupnik, W. Dudzik, M. Kanabrodzki, L. Kolankiewicz, *Antropologia widowisk. Zagadnienia i wybór tekstów*, Warszawa 2005.

Limon J., *Obroty przestrzeni. Teatr telewizji. Próba ujęcia teoretycznego*, Gdańsk 2008.

Limon J., *Trzy teatry. Scena-Telewizja-Radio*, Gdańsk 2003.

Sajewska D., *Pod okupacją mediów*, 2014

(red.) A. Duda, M. Wiśniewska, B. Oleszek, *Teatr wśród mediów*, Toruń 2015.

**Dr Aleksandra Graczyk**

### **Komunikacja wizualna i edukacja medialna**

Seminarium licencjackie poświęcone jest komunikacji wizualnej oraz problemom edukacji medialnej. Studenci w pracy badawczej podejmują następujące zagadnienia: percepcja obrazu w mediach (w Internecie, telewizji, mediach społecznościowych, kampaniach reklamowych), wizerunek medialny - zwłaszcza manipulacja obrazem; pedagogika mediów, odbiór mediów przez dzieci i dorosłych, patologie mediów, zachowania człowieka a media, media a wychowanie i rodzina. Na seminarium, oprócz analizy literatury przedmiotu, studenci pracują metodami jakościowymi wykorzystywanymi podczas pisania prac dyplomowych.

Literatura obowiązkowa:

- Andrzejewska A., Dzieci i młodzież w sieci zagrożeń realnych i wirtualnych. Aspekty teoretyczne i empiryczne, Warszawa 2014.
- Bednarek J. (red.), Człowiek w obliczu szans cyberprzestrzeni i świata wirtualnego, Warszawa 2014.
- Creswall J. W., Projektowanie badań naukowych,. Metody jakościowe, ilościowe i mieszane, Kraków 2016.
- Ecco U., Jak napisać pracę dyplomową. Poradnik dla humanistów, Warszawa 2007.
- Sitarczyk M. (red.), Rodzina w mediach. Media w rodzinie, Warszawa 2013.
- Seweryniak H., Sitkowska K., Robak M., Kultura-Media-Teologia. Metodyka pisania prac dyplomowych, Płock 2013.
- Wimmer R. D., Dominick J.R., Mass media. Metody badań, Kraków 2008.
- Wolny-Zmorzyński K., Furman W., Snopiej J., Groń K., Komunikacja wizualna w prasie i w mediach elektronicznych, Wydawnictwo Poltext 2013.
- Wolny-Zmorzyński K., Furman W., Snopiej J., Groń K., Komunikacja wizualna w reklamie, public relations i w prawie, Wydawnictwo Poltext 2013.

**Dr Dagmara Jaszewska**

### **Komunikacja kulturowa**

Seminarium koncentruje się na ukazywaniu roli kultury w komunikowaniu, a także przedstawia kulturowy wymiar ludzkiego komunikowania, ze szczególnym uwzględnieniem zagadnienia wpływu współczesnych mediów (w tym społecznościowych) na jego charakter i specyfikę. Ważnym zagadnieniem są reprezentacje medialne zjawisk społecznych i kulturowych (z uwzględnieniem takich zjawisk, jak stereotypizacja, estetyzacja, idealizacja w świecie mediów czy też problem manipulacji) oraz porównanie ich z rzeczywistością społeczną, rekonstruowaną na podstawie naukowych (socjologicznych i antropologicznych) źródeł. Preferowaną metodą badawczą wykorzystywaną w pracach dyplomowych jest analiza zawartości, stosowana do przekazów medialnych i innych tekstów kultury (film, reklama, taniec); również analiza dyskursów medialnych. Analiza ta nakierowana jest na poszukiwanie ukrytych znaczeń, symboli oraz innych elementów kultury (normy, wartości, ideologie). Uczestnicząc w seminarium student przygotowuje się do roli dziennikarza specjalizującego się w tematyce społecznej i kulturowej (kultura, obyczaje, społeczeństwo); poznaje rzetelne (naukowe) źródła informacji o współczesnym społeczeństwie, zdobywa wiedzę o kierunkach współczesnych przemian kulturowych.

#### Podstawowe lektury:

Bauman Z., Bauman o popkulturze. Wypisy, Warszawa 2008.

Lisowska-Magdziarz M., Analiza zawartości mediów. Przewodnik dla studentów; wersja 1.1, Kraków 2004.

Lisowska-Magdziarz M., Analiza tekstu w dyskursie medialnym, Wydawnictwo UJ, Kraków 2006.

Melosik Z., Mass media, tożsamość i rekonstrukcje kultury współczesnej, w: Media - Edukacja – Kultura, W. Skrzydlewski, S. Dylak, (red.), 2012.

Seweryniak H., Sitkowska K., Robak M., Kultura - media - teologia. Metodyka pisania prac dyplomowych, Płock 2013.

Strinati D., Wprowadzenie do kultury popularnej, Poznań 1998.

**Dr Milena Kindziuk**

## **Język i praktyka mediów tradycyjnych i społecznościowych**

Obszar badawczy obejmuje: problem wizerunku medialnego (prasa, YouTube, Facebook, Twitter, Snapchat, Instagram), język artykułów prasowych, gatunki dziennikarskie w mediach, język reportażu oraz wywiadów (internet, prasa, telewizja, radio), język memów internetowych, język materiałów zamieszczanych na YouTube`ie, język audycji radiowych i telewizyjnych, język reklam w mediach, obraz Kościoła w mediach tradycyjnych i społecznościowych.

Literatura podstawowa:

Eco U., *Jak napisać pracę dyplomową. Poradnik dla humanistów*, tł. G. Jurkowlaniec, Warszawa 2007.

Gackowski T., Łączyński M., *Metody badania wizerunku w mediach. Czym jest wizerunek. Jak i po co należy go badać*, Warszawa 2009.

Heller M., *Uwagi o etyce i metodyce pracy naukowej*, [w:] Tenże, *Moralność myślenia*, Tarnów 1993, s. 149-167.

Kopaliński W., *Słownik mitów i tradycji kultury*, Warszawa 1987.

Pisarek W., *Analiza zawartości prasy*, Kraków 1996.

Skorowski H., Sitkowska K., Robak M., *Metodyka pisania prac dyplomowych*, Płock 2013.

Wojcik K., *Piszę akademicką pracę promocyjną - licencjacką, magisterską, doktorską*, Warszawa 2012.

Lektury dodatkowe z zakresu ogólnej kultury oraz historii (wybór):

Jan Paweł II , *Pamięć i tożsamość. Rozmowy na przełomie tysiącleci*, Kraków 2005

J. Popiełuszko, *Słowa do Narodu. Kazania. Modlitwy. Zapiski z lat 1980-1984*, Kęty 1991.

A. Dziurok, M. Gałęzowski, Ł. Kamiński, F. Musiał, *Od niepodległości do niepodległości. Historia Polski 1918-1989*, Warszawa 2010.

S. Wszyński, *Zapiski więzienne*, Bydgoszcz 1989.

Wybór poezji: Cz. Miłosz, Z. Herbert, J.M. Rymkiewicz, K. Wojtyła

Poza w/w lektura bieżącej prasy : główne pisma opiniotwórcze w Polsce.

**ks. dr hab. Dariusz Kurzydło**

### **Dorastanie w kulturze popularnej**

Profil tematyczny: Rozwój człowieka dokonuje się poprzez interakcje ze światem, czyli przez spotkanie z kulturą. Według Erika Eriskona, dorastając człowiek przeżywa kryzys tożsamości, związany m. in. z wyborem wartości ważnych z punktu widzenia miejsca w świecie. Współczesna kultura popularna, nieodłącznie związana z obecnością nowych mediów – jak pokazują badania – w znacznym stopniu utrudnia rozwiązanie tego kryzysu.

Na seminarium będziemy analizować sytuację adolescentów, podlegających wpływowi kultury popularnej. Prace dyplomowe dotyczą analizy tej sytuacji; podejmujemy badania sprawdzające koncepcję Eriskona oraz badamy teksty kultury obecne w mediach, dotyczące współczesnych wątków mitycznych, np. „rytów przejścia”, „podróży bohatera”. Uczymy się pracować metodą fenomenologiczno-hermeneutyczną – dysponując uzyskanymi od adolescentów narracjami o doświadczeniach związanych z ich dorastaniem.

Literatura:

Bly R., *Żelazny Jan*, Poznań 2004.

Campbell J., *Bohater o tysiącu twarzy*, Kraków 2013.

Cantelmi T., *Technopłynność. Człowiek w epoce Internetu: technopłynny umysł*, Kraków 2015.

Czerwińska-Jasiewicz M., *Psychologia rozwoju młodzieży w kontekście biegu ludzkiego życia*, Warszawa 2015.

Erikson E.H., *Tożsamość a cykl życia*, Poznań 2004.

Fiske J., *Zrozumieć kulturę popularną*, Kraków 2010.

Franke A., *Filmy „Matrix” oraz „Alicja w Krainie Czarów” jako archetypiczne opowieści mityczne*, Warszawa 2015.

Gennep A., *Obrzędy przejścia. Systematyczne studium ceremonii*, Warszawa 2006.

Napiórkowski M., *Mitologia współczesna. Relacje o poczynaniach i przygodach krajowców zamieszkałych w globalnej wiosce*, Warszawa 2013.

Opoczyńska M., *Moratorium psychospołeczne – szansa czy zagrożenie dla rozwoju*, w: *Klasyczne i współczesne koncepcje osobowości*, red. A. Gałdowa, Kraków 1999, s. 123-142.

Rohr R., *Tożsamość mężczyzny. Pięć kroków męskiej inicjacji*, Kraków 2008.

Turner V., *Proces rytualny. Struktura i antystruktura*, Warszawa 2010.

**ks. dr Rafał Leśniczak**

### **Komunikowanie polityczne i media**

Obszar badawczy seminarium koncentruje się wokół następujących zagadnień: mediatyzacja komunikowania politycznego, zagadnienia wizerunku prasowego, reklama wyborcza, analiza zawartości prasy, komunikowanie polityczne Kościoła katolickiego i innych związków wyznaniowych, *middle range theories of mass communication*. Tematyka seminarium odwołuje się w zasadniczej mierze do dyscypliny nauk o mediach, ale również do nauk o polityce. Procesy mediatyzacji komunikowania politycznego odzwierciedlają nowe relacje zależności między światem polityki i światem mediów. Ich właściwa interpretacja wymaga poznania logiki mediów i logiki politycznej.

Najważniejszymi teoriami średniego zasięgu, odnoszącymi się do wielowątkowej próby uchwycenia procesu zmediatyzowanego komunikowania, są: *gatekeeping*, teoria wartości informacji, *framing*, *agenda-setting*, *Elaboration Likelihood Model*, *Uses and Gratifications*, interakcja paraspoleczna, dyfuzja innowacji, efekt osoby trzeciej, spirala milczenia. Metodologia prac badawczych podejmowanych na seminarium licencjackim odwołuje się w zasadniczej mierze do badań empirycznych.

Podstawowe lektury:

B. Dobek-Ostrowska, Komunikowanie polityczne i publiczne: podręcznik akademicki, Warszawa 2011.

T. Gackowski, M. Łączyński (red.), Metody badania wizerunku w mediach: czym jest wizerunek, jak i po co należy go badać, Warszawa 2009.

M. Lisowska-Magdżiarz, Analiza tekstu w dyskursie medialnym: przewodnik dla studentów, Kraków 2006.

S. Michalczyk, Jednostka i społeczeństwo w świecie mediów. Klasyczne i współczesne idee w teoriach średniego zasięgu, Katowice 2015.

Z. Oniszczyk, Mediatyzacja polityki i polityzacja mediów. Dwa wymiary wzajemnych relacji, „Studia Medioznawcze”, nr 4(47)/2011, s. 11-22.



**Dr Piotr Łuczuk**

### **Konwergencja i mobilność mediów w komunikacji cyfrowej**

Głównym celem seminarium dyplomowego jest kształcenie kompetencji w zakresie analizy konwergencji mediów oraz ich mobilności w komunikacji cyfrowej, zwłaszcza w kontekście przemian na rynku medialnym.

Podstawowe zagadnienia: Analizowanie poszczególnych elementów – filarów konwergencji: bezpieczeństwo, gospodarka, polityka, geografia, kultura, mobilność. Ocena wpływu mediów i komunikacji cyfrowej na nowoczesne społeczeństwo. Próba zdefiniowania najważniejszych wyzwań stojących przed wydawcami w zakresie zapewnienia swoim odbiorcom dostępu do mediów. Poszukiwanie schematu ewolucji mediów tradycyjnych i ich adaptacji do nowych warunków na rynku medialnym, zwłaszcza w kontekście nowych mediów i mediów społecznościowych.

Literatura podstawowa:

Barber B. R., Dżihad kontra McŚwiat, Warszawa 2007.

Barber. B. R., Imperium strachu. Wojna, terroryzm i demokracja, Warszawa 2005.

Barber B. R., Skonsumowani, Warszawa 2009.

Friedman G., Następne 100 lat – Prognoza na XXI wiek, Warszawa 2009.

Huntington S. P., Zderzenie Cywilizacji i nowy kształt ładu światowego, Warszawa 2007.

Huntington S. P., Kim jesteśmy? Wyzwania dla amerykańskiej tożsamości narodowej, Kraków 2007.

Mitnick K., Simon, W. L., Duch w Sieci, Bielsko-Biała 2012.

Mitnick K., Simon, W., Sztuka infiltracji, Warszawa 2006.

Mitnick K., Simon, W., Sztuka podstępów, Gliwice 2003.

Toffler A., Szok przyszłości, Przeźmierowo 2007.

Toffler A., Rewolucyjne bogactwo, Przeźmierowo 2007.

Toffler A., Wojna i antywojna, Poznań 2006.

**ks. dr Krzysztof Marcyński**

### **Kompetencja komunikacyjna i retoryka dziennikarska**

Tematyka badań:

Kompetencja komunikacyjna, komunikacja społeczna, komunikacja religijna a media, sztuka wystąpień publicznych, komunikacja zapośredniczona, natura mediów, media jako nowe środowisko życia człowieka, sztuka retoryki, retoryka w mediach, e-retoryka.

Uczestnicy seminarium zdobywają umiejętności w zakresie: metodologii badania w obszarze komunikacji społecznej, religijnej, retorycznej i medialnej. Uczą się organizować warsztat naukowy: identyfikować i charakteryzować współczesne zagadnienia z dziedziny komunikacji społecznej, religijnej, mediów i retoryki; samodzielnie formułować problemy badawcze, pytania badawcze, hipotezy. Uczą się także rozwiązywać problemy naukowe, planować etapy badawcze, wybierać narzędzia i techniki badawcze, analizować i interpretować wybrany materiał badawczy oraz dokonywać syntezy swoich naukowych poszukiwań i pracy.

Lektura:

Arystoteles, *Retoryka. Poetyka*, tłum. H. Podbielski, Warszawa 1988.

Griffin E., *Podstawy komunikacji społecznej*, tł. O. i W. Kubińcy, M. Kacmajor, Gdańsk 2003.

*Komunikologia. Teoria i praktyka komunikacji*, red. E. Kulczycki, M. Wendland, Poznań 2012.

Lisowska-Magdziarz M., *Analiza zawartości mediów. Przewodnik dla studentów*, Kraków 2004.

Marcyński K., *Komunikacja religijna i media*, Kraków 2016.

Rapley T., *Analiza konwersacji, dyskursu i dokumentów*, tł. A. Gąsior-Niemiec, Warszawa 2010.

Seweryniak H., Sitkowska K., Robak M., *Kultura - media - teologia. Metodyka pisania prac dyplomowych*, Płock 2013.

Spitzberg B., Cupach W., *Handbook of Interpersonal Competence Research*, New York 1989.

Sztumski J., *Wstęp do metod i technik badań społecznych*, Katowice 2010.

Szymanek K., *Sztuka argumentacji. Słownik terminologiczny*. Warszawa 2001.

**dr Anna Miotk**

## **Public relations i badania mediów**

Obszary badawcze:

- komunikacja marketingowa i PR organizacji - efekty i oddziaływanie na odbiorców z wykorzystaniem różnych narzędzi badań mediów
- narzędzia komunikacji marketingowej i PR stosowane przez wybrane marki czy organizacje
- wybrane narzędzia marketingu internetowego (np. content marketing)
- media, ze szczególnym uwzględnieniem internetu i mediów społecznościowych
- psychologia mediów, ze szczególnym uwzględnieniem psychologii internetu.

Badania będą prowadzone z zastosowaniem metod ilościowo-jakościowych. Uczestnicy mogą wykorzystywać takie metody, jak: analiza treści, analiza danych, wywiady indywidualne, studium przypadku, analiza historyczno-porównawcza, sondaż i inne.

Uczestnicy seminarium poznają również zasady ogólne oraz wymogi uczelniane dotyczące przygotowywania prac naukowych, zasady konstrukcji pracy, tworzenia tekstów czy kreatywnego rozwiązywania problemów pojawiających się podczas gromadzenia i opracowywania materiałów. Seminarzyści dowiedzą się również, jakie funkcje programów MS Word i MS Excel są przydatne w tworzeniu tekstów naukowych. Nauczą się, jak prezentować wyniki swojej pracy przed szerszym audytorium.

### Literatura

- Armstrong, Kotler Ph., *Marketing. Wprowadzenie*, Wolters Kluwer, Warszawa 2015
- Babbie E., *Podstawy badań społecznych*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008
- Castells M., *Galaktyka Internetu*, Rebis, Poznań 2003
- Castells M., *Społeczeństwo sieci*, PWN, Warszawa 2010
- Lovett J., *Sekrety pomiarów w mediach społecznościowych*, Helion, Gliwice 2012
- Miotk A., *Badania w public relations*, Difin, Warszawa 2012
- Miotk A., *Skuteczne social media*, Helion, Gliwice 2013
- Pawlik K., Zenderowski R., *Dyplom z internetu: jak korzystać z internetu pisząc prace dyplomowe?* CeDeWu, Warszawa 2010
- Pinker S., *Piękny styl*, Smak Słowa, Sopot 2016
- Silverman D., *Interpretacja danych jakościowych*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Kraków 2010
- Stępień B., *Zasady pisania tekstów naukowych*, PWN, Warszawa 2016
- Wallace P., *Psychologia Internetu*, Rebis, Poznań 2004
- Wimmer R.D., Dominick J.R., *Mass media. Metody badań*, Kraków 2008.

**Ks. dr hab. Norbert Mojżyn**

### **Komunikacja artystyczno-medialna**

W trakcie seminarium studenci uzyskują wiedzę i kompetencje wymagane na medialnym rynku pracy. Główne cele dydaktyczne skupiają się na kształceniu umiejętności w zakresie:

Kultura wizualna a w szczególności sztuka (współczesna i dawna) w komunikacji i mediach; percepcja obrazu w kulturze i mediach (antropologia obrazu); wizerunek medialny (głównie pod kątem wykorzystywania sztuk wizualnych); wykorzystanie nowych mediów w kreowaniu wizerunku; obraz w internecie i TV; obraz w mediach społecznościowych; obraz w kampaniach reklamowych (w reklamie społecznej i komercyjnej); obraz a PR; fotografia dziennikarska; kompetencje artystyczne w świecie dziennikarskim; znajomość narzędzi i specyfiki komunikacji masowej; podstawy warsztatu dziennikarskiego, w tym tworzenie poprawnych tekstów kulturowo-medialnych, praktyczna znajomość gatunków wypowiedzi i języka mediów (prasa, radio, telewizja); stosowanie narzędzi kultury audiowizualnej i masowej; poprawne oraz skuteczne stosowania języka w piśmie (poprawność językowa); komunikacja wizualna i interpersonalna.

Metodologia jest pochodną badań i metod stosowanych w Visual Culture Studies wzbogaconych o metodę ikonologiczną Warburga i Panofsky'ego od lat z powodzeniem stosowaną przez historię sztuki.

Dzięki odpowiedniemu profilowi tematycznemu studenci mogą pełnić na rynku zarówno rolę znawców, jak i sprawnych praktyków. Liczne tematy z zakresu szeroko pojętej kultury medialnej, promocji marketingowej i komunikacji masowej oraz Visual Culture Studies stanowią doskonałe uzupełnienie wykształcenia przyszłych medioznawców.

Literatura:

R. Arnheim, *Myślenie wzrokowe*, przeł. M. Chojnacki, Gdańsk 2011.

A. D'Alleva, *Metody i teorie historii sztuki*, przeł. E. i J. Jedlińscy, Kraków 2008.

*Kiczosfery współczesności*, red. W. J. Burszta, E. A. Sekuła, Warszawa 2008.

R. W. Kluszczyński, *Sztuka interaktywna. Od dzieła-instrumentu do interaktywnego spektaklu*, Warszawa 2010.

*Kolor i znaczenie. Sztuka, nauka i symbolika*, przeł. J. Holzman, A. Żakiewicz, Kraków 2010.

*Piękno w sieci. Estetyka a nowe media*, red. K. Wilkoszewska, Kraków 1999.

H. Seweryniak, K. Sitkowska, M. Robak, *Kultura - Media - Teologia. Metodyka pisania prac dyplomowych*, Warszawa 2013.

**dr Paweł Płatek**

### **Internet w przestrzeni życia człowieka**

Zadaniem seminarium będzie przygotowanie studenta do opracowania tematyki związanej z uczestnictwem nowych technologii w codziennej przestrzeni człowieka. Profil zagadnień tego seminarium będzie dotyczył takich problemów badawczych jak: koherencja między mediami starymi: prasą, radiem, telewizją, a nowymi sposobami komunikacji. Tematami wchodzącymi w zakres tych zajęć jest również osoba jako centrum w całym procesie rozwoju technologicznego i ewolucji jaka dokonuje się w człowieku pod wpływem sieci. W obszarze badań znajdują się również zagadnienia związane z obserwacją Internetu jako *metamedium* formującego poglądy i przyczyniającego się do przemian w społeczeństwie. Tematyka seminarium poruszać może także zagadnienia religii, etyki w sieci. Nie bez znaczenia pozostaje również semiotyka komunikatu w Internecie, która stanowi nową jakość w procesie kształtowania opinii.

Seminarium będzie przygotowywało do korzystania z różnego rodzaju metod np.: jakościowych, ilościowych, czy też krytycznej analizy tekstów źródłowych.

Głównym zadaniem seminarzystów będzie opanowanie podstaw zbierania i analizy danych potrzebnych do tworzenia tekstów naukowych. Zajęcia seminaryjne wprowadzą w procesy automatyzacji pracy poprzez opanowanie narzędzi do gromadzenia i analizy informacji: Citavi 5, MS Word, MS Excel.

Literatura:

- Bańko M. (red.), *Polszczyzna na co dzień*, PWN, Warszawa 2006
- Castells M., *Galaktyka Internetu*, Rebis, Poznań 2003
- Castells M., *Społeczeństwo sieci*, PWN, Warszawa 2010
- Grzenia J., *Komunikacja językowa w Internecie*, PWN, Warszawa 2006
- Kloch J., *Internet i Kościół*, Elipsa, Warszawa 2011
- Kloch J., *Kościół w Polsce wobec Web 2.0*, Jedność, Kielce 2013
- Lister M. (red.), *Nowe media. Wprowadzenie*, Wydawnictwo UJ, Kraków 2009
- Robak M., *Zarzućcie sieć*, Biblioteka „Więzi”, Warszawa 2001
- Stępień B., *Zasady pisania tekstów naukowych*, PWN, Warszawa 2016
- Wallace P., *Psychologia Internetu*, Rebis, Poznań 2004

**Dr Błażej Szostek**

### **Psychologia komunikacji**

Profil tematyczny zawiera się w zagadnieniach związanych z psychologią społeczną, psychologią mediów, psychologią reklamy. Przykładowe obszary zainteresowania badawczego: anatomia przekazu medialnego, artefakty pop-kultury i ich funkcja komunikacyjna, bariery w komunikacji interpersonalnej, interaktywne formy komunikowania (Internet) i ich wpływ na kształtowanie więzi społecznych, komunikacyjna funkcja przekazów niewerbalnych, komunikowanie międzykulturowe, komunikowanie wizualne, nowe media, ocena efektywności kampanii reklamowych, ocena funkcjonalnej i dysfunkcjonalnej roli mediów, struktura i funkcje wybranych programów telewizyjnych i radiowych, systemy tożsamości wizualnej i pozawizualnej; firmy wizerunek polityków i celebrytów.

#### Literatura:

Albin K., Reklama. Przekaz. Odbiór. Interpretacja, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2000.

Cwalina W., Falkowski A., Marketing polityczny. Perspektywa psychologiczna, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2005

Dijk van J., Społeczne aspekty nowych mediów, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010.

Fiske J., Wprowadzenie do badań nad komunikowaniem, Astrum, Wrocław 1999 .

Gillian R., Interpretacja materiałów wizualnych. Krytyczna metodologia badań nad wizualnością, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010.

Lisowska M., Analiza tekstu w dyskursie medialnym. Przewodnik dla studentów, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2006.

Lisowska-Magdziarz M., Analiza zawartości mediów. Przewodnik dla studentów. Wersja 1.1, Uniwersytet Jagielloński, Kraków 2004.

McQuail D., Teoria komunikowania masowego, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007.

Pisarek W., Wstęp do nauki o komunikowaniu. Wydawnictwo Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2008.

Taylor L., Willis A., Medioznawstwo. Teksty, instytucje, odbiorcy, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2006 r.

**dr Mateusz J. Tutak**

### **Społeczeństwo komunikacyjne**

W ramach seminarium słuchacz zdobędzie wiedzę o zasadach pisania pracy badawczej, sposobie zbierania materiałów, prowadzeniu badań empirycznych, wyciąganiu wniosków, ich interpretowaniu oraz zastosowaniu praktycznemu. Seminarium jest prowadzone według ściśle określonego kalendarza, które uwzględnia: przygotowanie rozprawy na temat naukowych zainteresowań, prezentacji pojęć z zakresu społeczeństwa komunikacyjnego, przygotowanie bibliografii, zaprezentowanie tematu pracy z opisem i wyjaśnieniem poszczególnych elementów tematu, skonstruowanie planu pracy. Do zaliczenia kolejnych semestrów seminariów konieczne jest: a) złożenie podania o zatwierdzenie tematu pracy i napisanie do niej wstępu, b) napisanie części teoretycznej pracy i przeprowadzenie badań, a następnie c) napisanie części empirycznej pracy i przygotowanie wniosków.

Na seminarium analizie teoretycznej i empirycznej poddawane będą następujące elementy rzeczywistości społecznej:

- grupy, organizacje, instytucje, struktury i systemy społeczne;
- komunikacja, interakcje, więzi, stosunki, zmiany i procesy społeczne;
- role, funkcje i tożsamości społeczne.

Literatura:

E. Babbie, Podstawy badań społecznych, Warszawa 2009.

J. W., Creswell, Projektowanie badań naukowych. Metody jakościowe, ilościowe i mieszane, Kraków 2013.

B. Gębski, Wprowadzenie do metodologii badań społecznych. Problemy konstruowania modeli jakościowych badanych zjawisk, Warszawa 2008.

R. V. Kozinets, Netnografia. Badania etnograficzne online, Warszawa 2012.

J. Lisek-Michalska, Badania fokusowe. Problemy metodologiczne i etyczne, Łódź 2013.

M. Ozorowski, Przewodnik dla piszących pracę naukową, Warszawa 2006.

H. Seweryniak, Metodyka uczenia się i pisania prac dyplomowych, Płock 2000.

D. Silverman, Prowadzenie badań jakościowych, Warszawa 2010.

P. Siuda, Metody badań online, Bydgoszcz 2016.

**dr Dominika Żukowska-Gardzińska**

### **Media jako przestrzeń dialogu wiary i kultury**

Zagadnienia: obecność wartości w świecie mediów; narzędzia nowych mediów w kontekście przekazu religijnego i kulturowego; przemiany kulturowe i ich odzwierciedlenie w mediach; ludzie mediów i ich wartości; problematyka dialogu; przemiany kulturowe i ich wpływ na doświadczenie wiary; wpływ religijności na powstawanie prądów kulturowych i przedstawianie ich za pomocą mediów;

Literatura:

Ejsmond M., Kosmalska B., *Media, wartości, wychowanie*, Kraków 2010.

*Komunikacja wiary w trzecim tysiącleciu*, red. S. Dziekoński, Olecko 2000.

*Kultura medialnie zapośredniczona: badania nad mediami w optyce kulturoznawczej*, red. W. Chyła, Poznań 2010.

Leach E., *Kultura i komunikowanie: logika powiązań symbolicznych: wprowadzenie do analizy strukturalnej w antropologii społecznej*, tłum. M. Buchowski, Warszawa 2010.

Lewek A., *Media i dziennikarstwo w nauczaniu Jana Pawła II*, Warszawa 2008.

*Media, Kultura, Społeczeństwo*, red. J. Dunin, Łódź 2006.

*Media w wychowaniu chrześcijańskim*, red. D. Bis D., A. Rynio, Lublin 2010.

*Język przekazu religijnego: perspektywa psychologii i homiletyki: materiały sympozjum*, Opole, 16 listopada 2005 r., red. D. Krok, S. Pawiński, Opole 2006.

Sarzynska-Putowska J., *Komunikacja wizualna: wybrane zagadnienia*, Kraków 2002.