



PRZEDMIOTY SPECJALIZACYJNE Z ZAKRESU KOMUNIKACJI KULTUROWEJ

WSTĘP DO TEORII KOMUNIKACJI Student zdobywa wiedzę o procesualnym charakterze komunikacji i sposobach jej analizowania. Poznaje różnorodne modele komunikowania i charakteryzuje występujące w nich formy językowe, postawy nadawcze i odbiorcze oraz warunki skuteczności aktu komunikowania, analizując jego wybrane składniki, przede wszystkim kontekst, czas, modalność i intencjonalność. Poznaje podstawowe zasady komunikacji międzyludzkiej. Uczy się rozpoznawać reguły konwersacyjne i stosować je na wybranych przykładach oraz postrzegać ich złożoną dynamikę w świecie mediów elektronicznych.

WSTĘP DO KOMUNIKOWANIA Student poznaje podstawowe wiadomości z zakresu nauki o komunikowaniu (paradygmaty, szkoły, teorie). Analizuje różne teorie komunikacji, m.in. funkcjonalizm amerykański, interakcjonizm, teorię działania komunikacyjnego. Poznaje modele komunikacji i obserwuje zmiany zachodzące w porozumiewaniu się ludzi między sobą. Główny nacisk położono na wprowadzenie w problematykę komunikacji i komunikowania się oraz przedstawienie istoty i charakteru dyscypliny. Zajęcia konwersatoryjne umożliwią praktyczne analizy założeń prezentowanych w różnych teoriach.

KOMUNIKACJA MASOWA Student otrzymuje wiedzę na temat genezy, funkcji i teorii masowego komunikowania. Poznaje obszary komunikowania masowego w ujęciu diachronicznym i synchronicznym – narodziny i rozwój prasy, tech-

nik reprodukcji (fotografii, kina i telewizji) i nowych technologii oraz proces ewolucji towarzyszących im przedsiębiorstw medialnych. Analizuje teorie masowego komunikowania ze szczególnym uwzględnieniem teorii kina, telewizji, public relations, reklamy i multimediów oraz dokonuje próby ich empirycznej weryfikacji poprzez określenie ich wpływu na komunikowanie społeczne w warunkach ponowoczesności, informatyzacji i globalizacji.

KOMUNIKACJA MIĘDZYKULTUROWA Student zdobywa podstawowe wiadomości z zakresu komunikacji międzykulturowej. Określa wyznaczniki paradygmatu interkulturowości (m.in. etnosy i stereotypy, pojęcie tożsamości obcego). Poznaje modele analizy interkulturowej (socjologiczny, semiotyczny, aksjologiczny, etniczny, antropologiczny). Określa miejsca wspólne kultury europejskiej, kanon kultury europejskiej, pojęcie „pogranicza” i „Europy środka” jako formacji kultury. Student poznaje także kontekst filozoficzny refleksji nad komunikacją międzykulturową (np. filozofię dialogu).

METODOLOGIA BADAŃ PROCESÓW KOMUNIKACYJNYCH Student otrzymuje wiedzę na temat przedmiotu teorii komunikowania i metod badawczych stosowanych w nauce o komunikowaniu, która ma charakter interdyscyplinarny. Poznaje dominujące paradygmaty tejże nauki, tj. cybernetyczny, behawioralny, funkcjonalny i interpretacyjny oraz podstawowe orientacje teoretyczne, ich zastosowania, sposoby opisu i interpretacji różnych tradycyjnych i współczesnych przekazów. Uczy się posługiwać podstawową aparaturą badawczą oferowaną przez funkcjonalizm, interakcjonizm, pragmatyzm, teorie empiryczne i krytyczne, strukturalizm, semiotykę i determinizm technologiczny.

WPROWADZENIE DO SEMIOTYKI Celem przedmiotu jest pogłębienie wiedzy związanej ze znakiem. Student poznaje funkcje znaku, relacje między znakami. Analizie semiotycznej poddaje się różnorodne teksty kultury, m.in. obraz, film, reklamę, teksty literackie.

KOMUNIKACJA AUDIOWIZUALNA Student otrzymuje wiedzę na temat komunikacji audiowizualnej: przede wszystkim o historycznych związkach między językami naturalnymi i przedstawiającymi, o ikonizacji i wizualizacji kultury, o technicznej reprodukcji, kreatywnej roli montażu, o zastępowaniu obrazu analogowego przez obraz cyfrowy. Poznaje różnorodne formy audiowizualności i związane z nimi szkoły komunikowania oraz konstrukcje tekstów obrazowo-dźwiękowych. Przyśwaja podstawowe wiadomości z zakresu pragmatyki przekazu audiowizualnego, ze szczególnym uwzględnieniem takich jej kontekstów jak ideologia konsumpcji, protechnologiczne nastawienie do rzeczywistości, multimedialność, dynamiczna

tożsamość, etos nowej sztuki i sztuczna inteligencja. Zapoznaje się z kulturowymi zasadami komunikacji audiowizualnej.

KOMUNIKACJA LITERACKA Student poznaje podstawowe wiadomości z zakresu komunikacji literackiej. Analizuje społeczne funkcjonowanie dzieła literackiego, horyzont oczekiwań grupy czytelniczej, wewnątrztekstową sytuację komunikacyjną. Rekonstruuje normy lektury i wzory konkretyzacji dzieła literackiego. Poznaje typy obiegu kultury, instytucjonalne formy upowszechniania literatury, właściwości życia literackiego oraz wypowiedzi o charakterze krytycznoliterackim i związanych z socjologią literatury.

KOMUNIKACJA JĘZYKOWA Student poznaje podstawowe wiadomości z zakresu komunikacji językowej. Analizuje modele komunikacji i obserwuje zmiany zachodzące w porozumiewaniu się ludzi między sobą. Główny nacisk położono na pragmatykę i użycie języka w mediach, reklamie, propagandzie i polityce. Student analizuje różne odmiany języka zastosowane w tekstach. Rozpoznaje akty mowy i ich funkcje. Zapoznaje się z etykietą językową i kulturowymi zasadami komunikacji niewerbalnej.

ESTETYKA A NOWE MEDIA Celem kursu jest prześledzenie stopniowej transformacji podstawowych kategorii estetycznych najpierw w sztuce awangardowej a następnie w twórczości multimedialnej, np. przejście od kontemplacji do interakcji, przemiany komunikatu estetycznego. Historia pojęcia medium i zagadnienie mediatyzacji przedstawione jest w ujęciu filozoficzno-estetycznym. Ukazane są wzajemne powiązania i inspiracje między estetyką a teorią nowych mediów: techno-estetyka, estetyka digitalna, anestetyka, soma-estetyka.

MEDIA ESTETYCZNE: KOMUNIKACJA PRZEZ SZTUKĘ Wykład ma na celu wydobyć i opisać kategorie przestrzeni, czasu i ruchu w wymiarze estetycznym. Kategorie te analizowane są w odniesieniu do różnych gatunków, począwszy od sztuki tradycyjnej, przez sztukę awangardową, aż do sztuki mediów. Przestrzeń, czas i ruch są odmiennie traktowane w poszczególnych dziedzinach artystycznych, również wielorakie są ich wzajemne relacje. Kategorie te analizowane są w postaci problemu miejsca, pustki, rytmu, fazy. Każdorazowe nowe użycie, jak i rozumienie przestrzeni, czasu i ruchu ukazywane jest w powiązaniu z ontologią i semantyką dzieła.

ZACHOWANIA KOMUNIKACYJNE Student przyswaja wiedzę o kompetencjach komunikacyjnych jednostki, zbiorowości i instytucji. Poznaje tradycyjne i współczesne strategie komunikacyjne, analizuje różnorodne schematy porozumiewania się,

uwzględniając rodzaje tworzywa językowego i przemiany kultury, charakteryzuje różne odmiany interakcji. Koncentruje uwagę na zmienności funkcji komunikacyjnych, na zmianie statusów nadawcy, komunikatu (tekstu) i odbiorcy oraz na modyfikacji tradycyjnych zachowań komunikacyjnych, przede wszystkim lektury, transmisji informacji i percepcji. Rozpoznaje główne przesunięcia komunikacyjne oparte na rozwijaniu kompetencji do nawigowania, interaktywnego działania i wirtualizowania.

STRATEGIA, PERSWAZJA, ARGUMENTACJA Student poznaje podstawowe wiadomości z zakresu retoryki. Analizuje różne typy argumentacji, poznaje środki perswazji i sposoby ich zastosowania w reklamie, polityce i public relations, a także komunikacji interpersonalnej. Zapoznaje się z przekonywaniem bezpośrednim i pośrednim. Uczy się posługiwania strategiami w różnych typach komunikacji. Odróżnia perswazję od manipulacji. Potrafi zastosować działania mające na celu kierowanie postawami i / lub zachowaniami ludzkimi.

NOWE MEDIA I MULTIMEDIA Charakterystyka rozwoju mediów tradycyjnych (prasy, kina i telewizji), ich nowych form i technik, sposobów łączenia i przenikania się oraz najnowszych technologii komunikacyjnych na szerokim tle społeczno-kulturowym. Ewolucja mediów stanowi podstawę do wyjaśnienia pojęć opartych na dodawaniu prefiksów multi-, trans-, post-, inter-, do terminów tradycyjnych oraz do określenia wymiarów pluralizacji współczesnej kultury (idei wielości, wielorakiego i różnorodnego współwystępowania oraz idei większości). Podejście chronologiczne uwzględnia kolejne koncepcje teoretyczno-medialne i wzbogacane jest podejściem typu problemowego, które koncentruje uwagę przede wszystkim na wielości i heterogeniczności form, sposobów orientacji i powiązań sensów, czyli na rozgałęzieniu się procesów komunikacyjnych.

PROBLEMY ESTETYKI WSPÓŁCZESNEJ W trakcie kursu omawiane są kluczowe zagadnienia estetyki najnowszej. Podstawę analiz stanowią teksty autorów reprezentujących rozmaite nurty współczesnej refleksji estetycznej, filozoficznej i kulturoznawczej, jak również wybrane przykłady dzieł i przedsięwzięć artystycznych. Wśród omawianych kwestii znajdują się m.in.: zagadnienie kryzysu sztuki i estetyki współczesnej, znaczenie symbolu w sztuce oraz problem jego interpretacji (także na płaszczyźnie interkulturowej), zarys najważniejszych perspektyw metodologicznych wyznaczających kierunki badań nad kulturą przełomu XX i XXI wieku (fenomenologia, hermeneutyka, egzystencjalizm, postmodernizm, feminizm, ekoestetyka etc.), a także kwestie związane z rolą poszczególnych zmysłów w doświadczeniu estetycznym (hiperwizualizacja kultury współcze-

snej) oraz z wpływem elementarnych jakości (ziemia, woda, ogień i powietrze) na wyobraźnię twórczą.

Dodatkowo w ramach kursu specjalizacji komunikacji kulturowej realizowane są liczne zajęcia do wyboru, m.in.:

- PROBLEMY PERCEPCJI
- KOMUNIKACJA W INTERNECIE
- PUBLIC RELATIONS
- KOMUNIKACJA MIĘDZYKULTUROWA W FILMIE.