



## 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 konwersacyjne 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 multimedialności 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.