

dr hab. prof. UR Grażyna Filip

Seminarium magisterskie 2018/2019
dziennikarstwo i komunikacja społeczna

Promotor łączy w swoich badaniach zagadnienia i metodologie z zakresu branding (kreowanie wizerunki marki), medioznawstwa i językoznawstwa.

Seminarzystka/seminarzysta sama/sam proponuje podstawę materiałową pracy (materiał do opisu) zgodnie ze swoimi zainteresowaniami związanymi z wybranym kierunkiem studiów. Temat pracy licencjackiej jest formułowany w konsultacji z promotorem, podobnie plan jej wykonania (konspekt).

Podana niżej problematyka jest przykładowa i może ulec rozszerzeniu:

1. Charakterystyka mechanizmów kreowania wizerunków wybranych marek (kanały przekazu: prasa, radio, telewizja, Internet, foldery i ulotki reklamowe, reklama wielkoformatowa i inne formy komunikacji wizualnej).
2. Analiza wybranych gatunków dziennikarskich (prasa, radio, telewizja, Internet).
3. Charakterystyka twórczości wybranych dziennikarzy i publicystów (prasa, radio, telewizja, Internet).
4. Mechanizmy dowcipu i ironii w twórczości kabaretowej i satyrycznej (prasa, radio, telewizja, Internet).
5. Analiza gatunków filmowych (filmy historyczne, fantastyczno-naukowe, sensacyjne, adaptacje literatury, komedie itd.).
6. Krytyka filmowa, teatralna, literacka (analiza recenzji publikowanych w prasie, telewizji, radiu oraz Internecie).
7. Sprawozdawczość i felietonistyka sportowa (prasa, radio, telewizja, Internet).
8. Kreowanie świata w wypowiedziach medialnych (sposoby przekonywania i pozyskiwania odbiorców) – tematy społeczne, ekologia, kultura, gospodarka, innowacyjność itp. (prasa, radio, telewizja, Internet).
9. Językowo-stylistyczna analiza wypowiedzi medialnych (prasa, radio, telewizja, Internet).

Proponowani recenzenci - w zależności od problematyki pracy licencjackiej - dr Magdalena Patro-Kucab i dr Robert Słabczyński.