

ЛИТЕРАТУРА

1. Рождественская, Л. Google Apps для образования / Л. Рождественская, Б. Ярмахов [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: <https://www.chitai-gorod.ru/catalog/book/816085/>. – Дата доступа: 14.11.2016.
2. Часто задаваемые вопросы о G Suite for Education: [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа: <https://support.google.com/a/answer/139019?hl=ru>. – Дата доступа: 14.12.2016.

STUDIA Z ZAKRESU KULTUROZNAWSTWA NA UNIWERSYTECIE W BIAŁYMSTOKU

CULTUROLOGY STUDIES AT THE UNIVERSITY OF BIALYSTOK

E. K. Citko

E. K. Citko

Uniwersytet w Białymstoku

Białystok, Polska

University in Białystok

Białystok, Poland

E-mail: k.citko@uwb.edu.pl

Аннотация. Статья «Культурологическое образование в университете Белостока» посвящена описанию специфики программы обучения студентов-культурологов в университете Белостока. Представлена структура университета, а также набор предлагаемых специальностей. Раскрыты проблемы, которыми занимаются сотрудники кафедры, показана их актуальность и важность. Особое внимание уделяется описанию особенностей учебного процесса по выбранным специальностям.

The abstract. The article is devoted to the curriculum peculiarities of culturology studies at the University of Białystok. The author presents the structure of the University and the range of specialties it offers. It reveals the problems which the professors of the department face. Special attention is paid to the description of the peculiarities of the educational process.

Ключевые слова: культурология, Университет Белостока, филологический факультет, отдел визуального образования, программа обучения, структура обучения, специальности, выпускники.

Key words: culturology studies, the University of Białystok, faculty of philology, department of visual education, curriculum, structure of studies, branches of study, graduates.

Studia kulturoznawcze powołane zostały na Uniwersytecie w Białymstoku w 2011 roku jako kierunek międzywydziałowy, prowadzony przez specjalistów z zakresu medioznawstwa, filmoznawstwa, reklamy i p.r., historii sztuki, estetyki, teorii sztuki, pedagogiki, socjologii,

literaturoznawstwa, antropologii kultury, etnografii, a także artystów plastyków, muzyków, reżyserów teatralnych i filmowych. Od początku, idea przyświecającą studiom było połączenie ze sobą edukacji teoretycznej z zakresu kultury i sztuki z praktyką edukacji medialnej i artystycznej o charakterze warsztatowym, a także z edukacją związaną z animacją i upowszechnianiem kultury. Ważnym elementem stanowiącym o specyfice i niepowtarzalności studiów kulturoznawczych jest ich interdyscyplinarność, związana z zainteresowaniami badawczymi naukowców i wykładowców stanowiących kadrę dydaktyczną. W skład kadry nauczycieli akademickich obsługujących kierunek studiów: kulturoznawstwo, wchodzi specjaliści z dyscyplin nauk humanistycznych i społecznych. Zainteresowania badawcze reprezentantów kadry skupiają się między innymi wokół zagadnień związanych z komunikacją medialną, filozofią i estetyką mediów, serialami telewizyjnymi, analizą i interpretacją filmu, funkcjami reklamy w kulturze, gender studies, sztuką kobiecą, autoetnografią, posthumanizmem i transhumanizmem, współczesnymi mitologiami, przemianami wartości w sztuce i kulturze współczesnej.

Pracownicy będący nauczycielami akademickimi są zatrudnieni na Wydziale Filologicznym, głównie w Zakładzie Wiedzy o Kulturze, a także na Wydziale Pedagogiki i Psychologii, w Zakładzie Kulturoznawstwa oraz w Zakładzie Edukacji Wizualnej. Wydziałem wiodącym i sprawującym administracyjną opiekę nad tokiem i procesem studiów jest Wydział Filologiczny. Natomiast wszelkie decyzje związane z programem kształcenia, obsadą kadrową zajęć i dydaktyką podejmuje wspólnie Rada Programowa, w skład której wchodzi pracownicy z obydwu wydziałów. Decyzje te zatwierdzane są na posiedzeniach Rady Wydziału Filologicznego oraz rady Wydziału Pedagogiki i Psychologii.

Studia na kierunku kulturoznawstwo są dla młodych ludzi dobrym kapitałem na przyszłość, gdyż zajęcia prowadzone w ramach edukacji akademickiej kształtują w nich postawy poznawcze i kreatywne wobec otaczającego świata oraz wyposażają ich w niezbędną wiedzę o charakterze teoretycznym i praktycznym, umiejętności współpracy z innymi podmiotami oraz kompetencje funkcjonowania we współczesnym, złożonym kulturowo i cywilizacyjnie świecie. Program studiów wpisuje się w potrzeby lokalnego i krajowego rynku pracy, a absolwenci nie mają większych problemów z zatrudnieniem w różnego rodzaju instytucjach; zarówno państwowych, samorządowych, jak i o charakterze prywatnym.

Absolwenci kulturoznawstwa, wyposażeni w rzetelną wiedzę i umiejętności zarządzania kulturą, mogą podjąć pracę w placówkach kultury, instytucjach i organizacjach, takich jak na przykład: centra i ośrodki informacji kulturalnej, różnorodne instytucje oświatowe, wychowawcze,

kulturalne i artystyczne, organizacje społeczne, stowarzyszenia, fundacje, muzea; w instytucjach upowszechniających kulturę filmową, audiowizualną, w redakcjach prasowych, radiowych, telewizyjnych, w kinach i multiplexach; w administracji państwowej i terenowej, w samorządach lokalnych oraz organizacjach pozarządowych – w zakresie organizacji i zarządzania kulturą; a także w szkole jako nauczyciele wiedzy o kulturze (po ukończeniu kursu pedagogicznego).

Studia prowadzone są na poziomie pierwszego i drugiego stopnia, to znaczy na poziomie studiów licencjackich i magisterskich. Studia pierwszego stopnia mają orientację bardziej praktyczną niż teoretyczną, związaną z ich zawodowym charakterem i proponowanymi specjalnościami: media i komunikowanie, reklama i public relations, turystyka kulturowa. Studia drugiego stopnia są oparte o szeroko rozumianą antropologię i filozofię kultury, i z tego powodu mają charakter bardziej teoretyczny; studenci mogą kształcić się w zakresie jednej z trzech, wybranej przez siebie specjalności: filmoznawstwo – medioznawstwo, komunikowanie w mediach cyfrowych, kultura Podlasia. Pierwszy stopień, licencjacki, trwa 3 lata (6 semestrów) i kończy się uzyskaniem tytułu licencjata, drugi stopień, magisterski, trwa 2 lata (4 semestry) i kończy się uzyskaniem tytułu magistra w zakresie kulturoznawstwa i danej specjalności.

Na obu poziomach studiów programy dzielą się na dwie grupy zajęć. Pierwszą grupę stanowi blok przedmiotów o charakterze wspólnym dla wszystkich studentów. Drugą grupę zajęć reprezentują przedmioty specjalnościowe, odpowiednie do wybranej specjalności. Wyboru specjalności w ramach studiów licencjackich studenci dokonują po pierwszym semestrze, aczkolwiek są pytani o preferencje już w trakcie zapisów na studia.

W skład pierwszej grupy zajęć na studiach licencjackich wchodzi przedmioty kształcenia ogólnego (np. język obcy, technologia informacyjna, ochrona własności intelektualnej), przedmioty humanistyczne i społeczne (np. historia kultury, socjologia kultury, historia sztuki, historia filozofii, komunikacja kulturowa, metodologia badań kulturoznawczych) oraz przedmioty kulturoznawcze (np. teatr i widowiska, film w kulturze, słowo w kulturze, problemy kultury popularnej, muzyka w kulturze, formy animacji kultury, diagnostyka potrzeb kulturalnych). Ten blok przedmiotów jest wspólny i obligatoryjny dla wszystkich studentów kulturoznawstwa, niezależnie od wybranej specjalności.

Na specjalności: media i komunikowanie, studenci mają zajęcia z następujących przedmiotów specjalnościowych: podstawy antropologii mediów; język w mediach; technologie informacyjne w mediach; telewizja w kulturze; analiza przekazów audiowizualnych; zachowania

komunikacyjne; komunikacja medialna; komunikacja międzykulturowa; reklama i public relations; sztuka nowych mediów; praktyczna stylistyka. Kształcenie w tym bloku przedmiotów obejmuje łącznie 300 godzin wykładów, konwersatoriów, ćwiczeń i laboratoriów o charakterze warsztatowym.

Na specjalności: reklama i public relations, realizowane są zajęcia z następujących przedmiotów: podstawy marketingu; teoria i historia reklamy; komunikowanie wizualne w reklamie i public relations; antropologia kultury w badaniach marketingowych, teoria i historia public relations, muzyka w reklamie, socjologia w badaniach marketingowych; psychologia w badaniach marketingowych; praktyczna stylistyka języka polskiego; media w Polsce; retoryka i erystyka; prawo prasowe i autorskie; seminarium warsztatowe – public relations; seminarium warsztatowe – reklama. Podobnie jak w przypadku specjalności: media i komunikowanie, łączna liczba godzin z zakresu przedmiotów specjalnościowych wynosi 300 godzin.

Na specjalności: turystyka kulturowa, w ramach specjalnościowego bloku programowego zajęcia obejmują następujące przedmioty: historia turystyki; turystyka kulturowa w sieci; turystyka kulturowa: formy i funkcje; turystyka kulturowa: warsztaty; antropologia turystyki; socjologia turystyki kulturowej; organizacja i zarządzanie w turystyce kulturowej; turystyka kulturowa Podlasia; podróżowanie w literaturze i sztuce. Tak jak w przypadku poprzednio omówionych specjalności, liczba zajęć z tego bloku wynosi 300 godzin w formie wykładów, ćwiczeń, konwersatoriów i warsztatów.

Na studiach licencjackich z zakresu kulturoznawstwa oferowana jest szeroka pula przedmiotów fakultatywnych do wyboru przez studentów, z obszaru nauk humanistycznych. Oferta zajęć fakultatywnych jest co roku inna, a studenci sami decydują, na które z nich chcą uczęszczać. W programie trzyletnich studiów pierwszego stopnia, oferta zajęć do wyboru obejmuje 300 godzin wykładów monograficznych lub konwersatoriów. Studenci mogą wybierać przedmioty ze względu na ich zakres, ale również ze względu na osobę prowadzącą i reprezentowany przez nią obszar badawczy, co generuje relację: uczeń – mistrz i daje szansę na zdobycie szczegółowej, wyspecjalizowanej wiedzy z wybranego zagadnienia. Oferta jest różnorodna i bogata, gdyż obejmuje przykładowo takie obszary i zagadnienia, jak: filozofia, religioznawstwo, teologia, komunikacja, kultura popularna, fotografia, film, multimedia, gender studies, antropologia codzienności, mitologie i ideologie (także w ich uwspółcześnionych formach), autoetnografia; praktycznie wszystko, co wytwarza człowiek w materialnych i niematerialnych formach kultury może stać się

przedmiotem zainteresowania badań i studiów kulturoznawczych, a co za tym idzie, także propozycją tematyki zajęć fakultatywnych.

W ramach studiów pierwszego stopnia, planowana była również specjalność z zakresu: kultura trzeciego wieku, obejmująca problematykę starzejącego się społeczeństwa i życie kulturalne seniorów, jednak nie została uruchomiona ze względu na brak zainteresowania ze strony studentów.

Studenci studiów kulturoznawczych drugiego stopnia, podobnie jak w przypadku studiów pierwszego stopnia, uczęszczają na zajęcia podzielone na dwie grupy. W ramach pierwszej grupy, wspólnej dla wszystkich studentów, realizowane są bloki następujących przedmiotów: przedmioty kształcenia ogólnego (np. język obcy, technologia informacyjna), przedmioty humanistyczne (filozofia kultury, teoria sztuki) oraz przedmioty antropologiczno-metodologiczne (np. metody badań kulturoznawczych, antropologia mediów, antropologia kultury, antropologia codzienności, interpretacja tekstów kultury).

W ramach przedmiotów specjalnościowych, studenci, którzy wybrali studia z zakresu filmoznawstwa – medioznawstwa, odbywają zajęcia z zakresu: historii filmu powszechnego; historii filmu polskiego; teorii telewizji; najnowszych technologii multimedialnych; multimedii w kulturze; przeglądu teorii filmowych; dźwięku i muzyki w filmie oraz zagadnień filmu współczesnego. Przedmioty specjalnościowe, w zakresie filmoznawstwa – medioznawstwa, a także na pozostałych specjalnościach studiów drugiego stopnia, obejmują 210 godzin zajęć o charakterze wykładów, konwersatoriów i laboratoriów.

Na specjalności: komunikowanie w mediach cyfrowych, oferta przedmiotów specjalnościowych jest następująca: sztuki wizualne i performatywne; marketing internetowy; komunikacja społeczna; reklama w mediach cyfrowych; filozofia nowych mediów; public relations w mediach cyfrowych; zachowania komunikacyjne w nowych mediach; film i fotografia w mediach cyfrowych; kreatywne pisanie – dziennikarstwo internetowe. Ta specjalność, unikatowa na polskim rynku edukacyjnym, powstała w 2015 roku i cieszy się dużym zainteresowaniem studentów, nie tylko z Białegostoku i okolic, ale także z całej Polski.

Blok przedmiotów specjalnościowych z zakresu specjalności: kultura Podlasia, wypełniają następujące zajęcia: mniejszości narodowe, etnograficzne i religijne na Podlasiu; region i regionalizm – kulturowe problemy Podlasia; Podlasie w perspektywie Zjednoczonej Europy; marketing terytorialny; region w mediach; życie kulturalne w regionie; polityka kulturowa w regionie – prognozowanie, strategia i planowanie w instytucjach kultury; gwary Podlasia; kulturowe związki transgraniczne; turystyka kulturowa na Podlasiu.

Podobnie jak w przypadku studiów licencjackich, również na studiach magisterskich oferowana jest studentom do wyboru szeroka pula przedmiotów fakultatywnych, z zakresu filozofii literatury, literaturoznawstwa, religioznawstwa, sztuki, antropologii kultury, komunikacji kulturowej, medioznawstwa i historii kultury. Przedmioty do wyboru z obszaru nauk humanistycznych obejmują łącznie 110 godzin konwersatoriów. Co roku, oferta programowa w tym obszarze jest modyfikowana, więc studenci mają szeroką gamę propozycji do wyboru.

Wybór specjalności na studiach kulturoznawczych umożliwia zdobycie szerokiej wiedzy i kompetencji, potrzebnych do podjęcia pracy zawodowej. Absolwenci specjalności: media i komunikowanie uzyskują teoretyczną podbudowę oraz umiejętności praktyczne związane m.in. z zachowaniami komunikacyjnymi w moderowaniu relacji instytucji z mediami, wykorzystywanymi w pracy rzeczników prasowych, a także umiejętności związane z wykorzystaniem technologii informacyjnych, stosowanych w agencjach reklamowych, agencjach public relations czy instytucjach zajmujących się upowszechnianiem szeroko rozumianej kultury audiowizualnej: w wydawnictwach, redakcjach czasopism, radiu, telewizji, kinach i multiplexach, ośrodkach kultury, instytucjach samorządowych i pozarządowych.

Absolwenci specjalności: reklama i public relations, dzięki poznaniu zasad marketingu oraz zapoznaniu się z narzędziami i technikami badań marketingowych, a także strategiami perswazyjnymi stosowanymi w reklamie i public relations i funkcjonowaniem systemu mediów w Polsce, mają kompetencje do podjęcia pracy w charakterze specjalistów od komunikacji marketingowej, zwłaszcza w sferze reklamy i public relations, we wszelkiego rodzaju organizacjach, instytucjach i przedsiębiorstwach o charakterze rządowym, samorządowym i pozarządowym.

Ukończenie specjalności: turystyka kulturowa zapewnia absolwentom orientację w kulturowo-cywilizacyjnej roli turystyki we współczesnym świecie, pozyskanie przez nich informacji o zagranicznych i krajowych zasobach turystyczno-kulturowych oraz o zasadach strategii działania różnorodnych instytucji w zakresie turystyki kulturowej, znajomość różnorodnych form i funkcji turystyki kulturowej oraz prawnych i finansowych reguł funkcjonowania podmiotów obsługujących tę formę turystyki, a także orientację o charakterze działań podejmowanych w zakresie turystyki kulturowej na Podlasiu. Absolwenci tej specjalności mogą podjąć pracę zawodową w różnorodnych instytucjach i organizacjach obsługujących ruch turystyki kulturowej, jak na przykład: w placówkach administracji państwowej i samorządowej, biurach turystycznych i ośrodkach informacji turystycznej, w tradycyjnych i elektronicznych mediach zajmujących się

publicystyką w zakresie turystyki, a także organizować, samodzielnie bądź we współpracy z różnorodnymi podmiotami, różnorodne przedsięwzięcia związane z turystyką kulturową (turystyką edukacyjną, historyczną, religijną, ludyczną i wydarzeniową - eventową).

Absolwenci, którzy ukończyli studia kulturoznawcze pierwszego stopnia, są przygotowani do podjęcia studiów drugiego stopnia w zakresie kulturoznawstwa. Proponowane w ramach studiów magisterskich specjalności nie są powtórzeniem tych ze studiów licencjackich; zostały natomiast pomyślane w taki sposób, aby stanowić poszerzenie oferty programowej, mieszczącej się w podobnych obszarach działań w kulturze i wychodzącej naprzeciw zapotrzebowaniom współczesnego globalnego świata. Studenci, którzy wybierają na pierwszym stopniu specjalności: media i komunikowanie oraz reklama i public relations, z reguły kontynuują studia wybierając specjalności: filmoznawstwo-medioznawstwo oraz komunikowanie w mediach cyfrowych. Logiczne wydaje się, że absolwenci specjalności: turystyka kulturowa, wybrać powinni na drugim stopniu specjalność: kultura Podlasia; jednakże, w chwili obecnej, nie ma chętnych kandydatów do studiowania tych specjalności, zarówno na pierwszym, jak i na drugim stopniu, więc studia w tym zakresie, ani licencjackie, ani magisterskie, nie są obecnie uruchomione. Nie są jednakże zlikwidowane, a jedynie zawieszone, gdyż istnieje duże prawdopodobieństwo zainteresowania się ofertą tych specjalności w następnych cyklach edukacyjnych.

Absolwenci studiów drugiego stopnia w zakresie specjalności: filmoznawstwo-medioznawstwo, mają świadomość znaczenia i funkcji nowych i tradycyjnych mediów w kulturze oraz ich wpływu na rzeczywistość społeczną i potrafią tę wiedzę wykorzystać w rozważaniach analitycznych oraz w działaniu praktycznym. Celem kształcenia na tej specjalności jest przygotowanie absolwentów do pracy w charakterze krytyka filmowego, dziennikarza filmowego i telewizyjnego zajmującego się problematyką filmową i medialną, a także nauczyciela specjalisty w problematyce filmoznawczej i medioznawczej.

Proponowana studentom drugiego stopnia specjalność: komunikowanie w mediach cyfrowych daje szansę absolwentom znalezienia kreatywnego miejsca na rynku pracy: w redakcjach portali internetowych, w agencjach marketingowych, agencjach reklamowych i public relations, szczególnie o charakterze internetowym, a także w działach promocji różnego rodzaju podmiotów biznesowych. Absolwenci tej specjalności posiadają wiedzę i umiejętności w zakresie nawiązywania kontaktów medialnych za pośrednictwem technik internetowych, potrafią także skonstruować tekst skierowany do różnorodnych adresatów: podmiotów indywidualnych oraz

grup zbiorowych w modelu biznesowym, stanowią więc potencjalnie poszukiwaną grupę pracowników dla instytucji związanych ze sferą biznesu oraz zarządzających sferą szeroko rozumianego dorobku kultury.

Natomiast absolwenci specjalności: kultura Podlasia, powinni być poszukiwani w województwie Podlaskim jako wartościowi pracownicy w instytucjach i organizacjach prowadzących działalność na rzecz szeroko rozumianej kultury regionu, np. w ośrodkach kultury regionalnej i odpowiednich działach administracji samorządowej, w placówkach kulturalno-oświatowych i instytucjach komercyjnych zajmujących się kulturą ludową, folklorem czy sztuką nieprofesjonalną, w muzealnictwie regionalnym i w skansenach czy wreszcie w regionalnych centrach badań opinii publicznej, związanych z badaniami na rzecz kultury. Ukończenie specjalności zapewnia bowiem wyposażenie absolwenta w podstawową historyczną i teoretyczną wiedzę o kulturze regionu; umiejętność racjonalnej analizy tradycyjnej kultury materialnej i duchowej; znajomość swoistości etnicznej, językowej i religijnej regionu z uwzględnieniem jego pogranicznego charakteru; sprawność w popularyzowaniu i racjonalnym pielegnowaniu wartości kultury regionalnej i narodowej, europejskiej i światowej oraz sprawność w zakresie promowania dziedzictwa kulturowego, w obszarze instytucjonalnym i pozainstytucjonalnym. Dlatego trochę dziwnym wydaje się brak zainteresowania powyższą specjalnością wśród studentów pochodzących z podlaskiego regionu.

Wszyscy absolwenci studiów kulturoznawczych pierwszego i drugiego stopnia, niezależnie od obranej przez nich i ukończonej specjalności, zostają wyposażeni w toku studiów w uporządkowaną wiedzę z zakresu antropologii kultury, filozofii kultury, interpretacji tekstów kultury, teorii sztuki, metod badań kulturoznawczych, metod badań terenowych i rynku kultury, a także w umiejętności praktycznego jej wykorzystania, zarówno w pracy w sektorze kultury, jak i w badaniach naukowych oraz krytyce sztuki. Dysponują znajomością mechanizmów ekonomiki kultury; procedur pozyskiwania środków finansowych na kulturę, w tym także środków unijnych; podstaw marketingu w kulturze oraz współczesnych form i sposobów informacji o kulturze i promocji kultury. Ponadto, powinni także posiadać umiejętności integrowania wiedzy z różnych dyscyplin humanistycznych, przeprowadzenia krytycznej analizy i interpretacji różnorodnych tekstów kultury oraz formułowania i wyrażania własnych poglądów w istotnych sprawach społecznych i światopoglądowych, wykazując się niezależnością i kreatywnością w podejmowanej pracy.

Dokonując przeglądu i analizy programu studiów kulturoznawczych, warto zwrócić uwagę na wszechstronność wykształcenia w tej dziedzinie oraz kreowanie postaw otwartego myślenia i rozwijania własnych pasji

związanych z obszarami kultury i sztuki. Młodzi ludzie, którzy decydują się na podjęcie studiów kulturoznawczych, niejednokrotnie sami realizują się w różnorodnych dziedzinach i dyscyplinach artystycznych: tańczą, śpiewają, grają na instrumentach, piszą poezję, opowiadania i eseje krytyczne, posiadają zdolności plastyczne, manualne, rękodzielnicze, aktorskie, zajmują się fotografią i amatorskim kręceniem filmów. Rozwijanie ich pasji i zdolności jest wspierane w toku studiów dzięki zajęciom warsztatowym z dziedziny fotografii i filmu, dramy, craftworkingu, a także poprzez uczestnictwo zainteresowanych w kołach naukowych, działalności w chórze akademickim i studenckim teatrze. Studia kulturoznawcze nie tylko więc wyposażają przyszłych absolwentów w możliwości podjęcia interesującej pracy, ale w toku ich trwania mają szansę stać się interesującą przygodą dla młodych ludzi, pragnących odkrywać w sobie umiejętności kreatywne, twórcze i dokonywać ich stałego, szerokiego rozwoju.

**ПРОЕКТНАЯ КУЛЬТУРА В УСЛОВИЯХ
НОВЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**
**PROJECT DESIGN CULTURE IN THE CONTEXT OF NEW
INFORMATION TECHNOLOGIES**

Н. В. Длотовская

N. V. Dlotovskaya

Белорусский государственный университет,

Минск, Беларусь

Belarusian State University,

Minsk, Belarus

E-mail: dlotovskaya@tut.by

Аннотация. В статье рассматривается проектная культура дизайна в эпоху развития информационных технологий. Определены основные тренды современного дизайна: экология и природа, дизайн на грани с искусством, историческое наследие, цифровые технологии. Проведён краткий обзор развития дизайн-деятельности на постсоветском пространстве.

The abstract. The article describes the project design culture in the era of information technology. The major trends of contemporary design are determined: Ecology and nature, design on the verge of art, historical heritage, digital technology. The article also includes a brief review of the design activity development in the former Soviet Union.

Ключевые слова: Проектная культура, новые информационные технологии, развитие дизайна, рациональное потребление, устойчивое развитие, экологическая, концептуальная, аксиологическая составляющие.