

Instytut Etnologii i Antropologii Kulturowej
Wydział Filozoficzno-Historyczny
Uniwersytet Łódzki

dr hab. Marcin Kępiński

Zakład Antropologii Kulturowej

PROPONOWANY ZAKRES TEMATYCZNY PRAC MAGISTERSKICH:

- 1. Antropologia literatury i filmu:** badanie dzieł literackich i filmowych z perspektywy antropologii kulturowej, poszukiwanie w nich dalekich refleksów „mowy symbolicznej”, motywów mitycznych, wątków mitologicznych, rytuałów, różnych form kulturowych gier, prowadzonych z czytelnikiem i widzom przez twórców kultury wysokiej oraz popularnej. Wyjście poza perspektywę filmoznawczą i literaturoznawczą, w stronę refleksji antropologii symbolicznej opartej o teorię fenomenologiczną Mircei Eliadego, pozwalającą na rekonstrukcję gramatyki myślenia symbolicznego, będącego niegdyś podstawą światopoglądu kultur tradycyjnych i poszukiwanie ich tropów w kulturze współczesnej.
- 2. Kulturowe i społeczne oddziaływanie mediów:** badanie wpływu wywieranego przez mass media na kulturę, jej twórców i odbiorców. Rola środków masowego przekazu w kształtowaniu obrazu świata. Media i ich publiczność w demokracji liberalnej, funkcje mediów w systemach demokratycznych. Informacja dziennikarska jako formuła mityczna, mit czwartej władzy. Rola osoby telewizyjnej w przekazie informacji. Rozrywka i informacja w mediach a problemy etyczne, infotainment. Badanie mediatyzacji i medializacji życia społecznego. Media a stosunki władzy.
- 3. Teoria i sztuka reklamy:** badanie reklamy jako istotnego zjawiska kultury popularnej, istniejącego w kontekście kultury amerykańskiej i zachodnioeuropejskiej, relacje pomiędzy kulturą współczesną i jej publicznością a reklamą. Badanie wybranych kategorii kulturowych i ich reklamowych adaptacji. Inspiracje reklamy sztuką, związki reklamy z obrazem, plakatem i kinem. Wykorzystanie w reklamie prądów artystycznych sztuki współczesnej, groteska w reklamie, reklama jako opozycja do świata kulturowej powagi, reklama a tabu kulturowe – naruszanie norm kultury prawomocnej i norm estetycznych – świadome wprowadzanie szoku kulturowego do świata reklamy.

Institut Etnologii i Antropologii Kulturowej
Wydział Filozoficzno-Historyczny
Uniwersytet Łódzki

4. Antropologia wojen i konfliktów. Wojna i pamięć: polemologia – refleksja nad rolą wojen w kulturze i historii, ich wpływem na wspólnotę, jej normy i wartości. Badanie wojny z perspektywy antropologicznej, poszukującej kategorii kulturowych: sacrum, mit, pamięć, mityzacja pamięci zbiorowej. Wojna jako forma święta (marnotrawstwo dóbr, przemoc, odwrócenie norm kulturowych). Interpretacje przyczyn i istnienia wojen z punktu widzenia badaczy kultury. Refleksja nad źródłami konfliktów i wojen, agresją jako formą ludzkiego zachowania. Wojna a jednostka (armia jako instytucja totalna). Żołnierze, najemnicy, „psy wojny” – formy inicjacji wojowników, od wspólnot kultur tradycyjnych po społeczeństwo współczesne. Badanie medialnych wizerunków wojny we współczesnej kulturze oraz ich roli w kształtowaniu pamięci zbiorowej i społecznej.

Ważne:

Zgodnie z założeniami programowymi kierunku etnologia i antropologia kulturowa, podstawą przygotowania pracy magisterskiej powinny być **własne badanie empiryczne (terenowe)**, chyba że – za wyraźną zgodą promotora – praca będzie powstawała w innym trybie naukowych poszukiwań i opracowań.