

prof. UG, dr hab. Zbigniew Treppa

kierownik ZAKŁADU SEMIOTYKI OBRAZU I TECHNIK AUDIO-WIZUALNYCH

SEMINARIUM DYPLOMOWE STUDIÓW II – STOPNIA, kierunek:
Dziennikarstwo i Komunikacja Społeczna

WARUNKIEM PODJĘCIA SEMINARIUM JEST UCZESTNICTWO W
SPECJALIZACJI: FOTOGRAFIA MEDIALNA

Podane propozycje nie dotyczą tematów realizacji prac dyplomowych o charakterze praktycznym. Podczas seminarium dyplomowego, Seminarzyści będą realizować pracę dyplomową z dziedziny obrazu fotograficznego, swobodnie poruszając się w obszarze kreacji. Prace teoretyczne są uzupełnieniem realizacji w dziedzinie obrazu.

Zakres tematów części teoretycznej seminarium dyplomowego studiów II – stopnia

1. Rozwój języka fotografii. Zależność estetyki obrazu fotograficznego od estetyki malarskiej. Emancypacja estetyki fotograficznej od klasycznych kanonów estetycznych. Estetyka czasu teraźniejszego. Fotografia a tendencje w sztuce na przestrzeni dziejów fotografii.
2. Analiza obrazu jako znaku. Ukazanie w obrazie fotograficznym wzajemnych relacji poszczególnych jakości semiotycznych: semantycznych, syntaktycznych, pragmatycznych.
3. Budowanie narracji w utworach fotograficznych wybranych twórców fotografii.
4. Dekodowanie, interpretacja, egzegeza obrazu fotograficznego.
5. Fotografia jako medium. Reprodukacja a kreacja w fotografii.
6. Tendencje w fotografii dokumentalnej. Fotografia socjologiczna. „Moment decydujący”. Reportaż „humanistyczny”. Fotografowie „uliczni”. Agencje fotograficzne. Fotografowie „niezależni”.
7. Technologia i styl w fotografii dokumentalnej. Wpływ technologii na rozwój gatunku.

8. Warstwa dokumentalna, autobiograficzna i metaforyczna w fotografii.
9. Fotograficzne uniwersum. Istota fotografii. Substancjalność obrazu fotograficznego. Negatyw – pozytyw. Pytania o „instancję” w orzekaniu istoty fotografii.
10. Fotografia („fos” + „grapho”): pisanie światłem. Rola światła w fotoobrazach.
11. Obrazy „acheiropoietos” (acheropity) jako archetyp fotografii.
12. Analiza strukturalna, semiotyczna i faktograficzna acheropitów.
13. Rola archetypów w fotografii reklamowej. Symbolizacja w reklamie. Psychologiczne aspekty symbolizacji.
14. Epifaniczność przedmiotu w tzw. fotografii kreatywnej – reakcja na postmodernizm. Fotografia a transcendencja.
15. Podmiot a przedmiot w fotografii. Problem podporządkowania jaźni przedmiotowi i przedmiotu podmiotowi, na przykładzie analizy utworów wybranych twórców fotografii (patrz: Aneks).

Możliwe są również opracowania o charakterze sprawozdawczym (monografie), poświęcone wybitnym osobowościom świata fotografii.

Wykaz nazwisk do opracowań monograficznych:

Adams Ansel, Arbus Diane, Atget Eugene, Avedon Richard, Beksiński Zdzisław, Beyer Karol, Boltański Christian, Bourke-White Margaret, Brassai (Halasz Gyula), Bułhak Jan, Burrows Larry, Callahan Harry, Cameron Julia Margaret, Capa Robert, Cartier-Bresson Henri, Close Chuck, Daguerre Louis, Demachy Robert, Drtikol Franciszek, Duchamp Marcel, Emerson Peter Henry, Evans Walker, Fenton Roger, Friedlander Lee, le Gray Gustave, Halsman Philipe, Hartwig Edward, Heartfield John, Hine Levis, Hiro, Hockney David, Kertesz Andre, Lange Dorothea, Lartigue Jaques, Mapplethorpe Robert, Mc Cullin, Michals Duane, Moholy-Nagy Laszlo, Muybridge Eadweard, Nadar, Natalia LL, Niepce Joseph Niecephore, O’Sullivan Timothy, Penn Irving, Ray Man, Riis Jacob, Rodczenko Aleksander, Rydet Zofia, Salgado Sebastiao, Sander August, Seymour David, Sherman Cindy, Sieff Jean Loup, Smith William Eugene, Steichen Edward, Stieglitz Alfred, Strand Paul, Sudek Josef, Talbot William Henry Fox, Toscani Oliviero, Weegee (Feelig Artur), Weston Edward, Witkin Joel-Peter, Witkiewicz

Stanisław Ignacy, Zille Heinrich