

dr hab. Tomasz Nawrocki prof. UŚ
Instytut Socjologii
Wydział Nauk Społecznych
Uniwersytet Śląski

OCENA KIERUNKU STUDIÓW

Twórcze pisanie i marketing wydawniczy

studia II stopnia, profil ogólnoakademicki

Dla potrzeb oceny kierunku studiów *Twórcze pisanie i marketing wydawniczy*

analizie poddano przedłożoną dokumentację:

1. Program kształcenia i opis kierunku studiów
2. Efekty uczenia
3. Lista efektów modułowych nieweryfikowanych
4. Lista modułów z podziałem na kategorie
5. Plan studiów
6. Zakładane efekty uczenia się
7. Opis modułów
8. Sposób uwzględniania wyników analiz zgodności zakładanych efektów kształcenia z potrzebami rynku pracy
9. Sposób wykorzystania wzorców międzynarodowych
10. Sylwetka absolwenta
11. Sposób współdziałania z interesariuszami zewnętrznymi

Prezentowany projekt studiów II stopnia o profilu ogólnoakademickim na kierunku: *Twórcze pisanie i marketing wydawniczy* zgodny jest z celami strategicznymi uczelni zapisanymi w dokumencie „Strategia rozwoju Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach na lata 2020 – 2025”. Powołanie tego kierunku koresponduje celami operacyjnymi i strategicznym sformułowanymi w Strategii i powinny przyczynić się do osiągnięcia celu strategicznego, czyli

przekształcenie Uniwersytetu Śląskiego w uczelnię badawczą o międzynarodowym znaczeniu i prestiżu. Służy temu perspektywa prowadzenia nowatorskich i interdyscyplinarnych badań oraz nowoczesnej dydaktyki stosującej nowoczesne metody nauki. Przedstawiona propozycja w pełni realizuje strategiczne cele Uczelni.

Kierunek na pierwszym stopniu studiów *Sztuka pisania* był bardzo udaną próbą wprowadzenia tego rodzaju studiów do oferty Uniwersytetu Śląskiego. Świadczy o tym nie tylko popularność kierunku, ale także jego absolwenci, którzy bardzo często trafiali na studia II stopnia do Kolegium ISM, którym współzarządzam. Brakowało kierunku, który na II stopniu rozwijał treści programowe *Sztuki pisania*. Dlatego dobrze się stało, że pojawiła się inicjatywa powołania studiów II stopnia. Dobrze się stało także, że zdecydowano się nie tyle na dodanie studiów II stopnia, ale dodanie do propozycji kwestii marketingu wydawniczego. Świadczy to o tym, że autorzy programu mają z jednej strony bardzo dobre rozeznanie w funkcjonowaniu twórców na rynku wydawniczym, z drugiej zaś strony dobrze orientują się w kierunkach prowadzenia tego rodzaju studiów na zachodnich uniwersytetach. Program korzysta z najlepszych doświadczeń najlepszych światowych uniwersytetów: University of East Anglia, Stanford University, Harvard Extension School. Skorzystano z realizowanej przez nie idei połączenia sztuki pisania z marketingiem wydawniczym. Dostosowując jednak program do warunków polskich i oczekiwań polskich studentów.

Idei przewodniej kierunku podporządkowane zostały efekty uczenia się. Obejmują z jednej strony treści kształcenia dotyczące twórczości literackiej, z drugiej zaś marketingu wydawniczego. Co umożliwia po ukończeniu studiów zarówno prowadzenie działalności twórczej, jak i pracę na rynku wydawniczym. Służy temu przedstawianie w toku studiów interdyscyplinarnych zagadnień związanych z procesem twórczym, literaturoznawstwem, socjologią literatury, marketingu. Interdyscyplinarność studiów i wykraczanie poza obszar nauk humanistycznych stanowi niewątpliwą zaletę omawianej tu propozycji.

Proponowane moduły są właściwie opisane i powiązane z zakładanymi efektami uczenia się oraz z sposobami weryfikacji efektów. Nazwy 19 modułów są poprawne. Poprawnie też określono proporcje między liczbą godzin zajęć i pracą własną studenta. Moją uwagę zwrócił oryginalny sposób dyplomowania. Na moduł dyplomowy składają się cztery powiązane przedmioty: Warsztat procesu twórczego; Źródła w pracy artystycznej; Przygotowanie propozycji wydawniczej i strategii pisarskiej; Seminarium dyplomowe. W ich efekcie powstaje praca magisterska, którą można realizować w wariantcie monograficznego opracowania danego

problemu lub (podobnie jak na uczelniach artystycznych) w postaci dwóch prac, z których jedna ma charakter wypowiedzi artystycznej, a druga korespondującej z nią wypowiedzi naukowej.

Wysoko należy ocenić propozycję mocnego powiązania programu z regionem. Choć obecnie w regionie nie ma wydawnictwa o randze ogólnopolskiej, jak Wydawnictwo Śląsk w latach świetności, to autorzy projektu potrafili uzyskać wsparcie dla realizacji programu ważnych instytucji i ważnych osób związanych z literaturą. Grono interesariuszy zewnętrznych wygląda bardzo interesująco. Rozważyć można byłoby jedynie uzupełnienie go o teatry, z których kilka np. Teatr Śląski i Teatr Zagłębia ciekawie wykorzystują współczesną literaturę.

Autorzy programu mają na niego pomysł i dokładnie też wiedzą, kogo chcą kształcić. Przyszły absolwent kierunku będzie przygotowany do podjęcia pracy w szeroko pojętym sektorze usług medialnych i wydawniczych (wydawnictwa, agencje reklamowe, prasa, film).

Nadmienić też należy, że dokumenty te zostały przygotowane zgodnie zarówno z wytycznymi ministerialnymi, jak i wewnętrznymi regulacjami Uniwersytetu Śląskiego.

Z pełnym przekonaniem rekomenduję utworzenie studiów II stopnia na kierunku *Twórcze pisanie i marketing wydawniczy* w Uniwersytecie Śląskim.

