


**KAPITAŁ LUDZKI**  
 NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

 Projekt współfinansowany przez  
 Unię Europejską w ramach  
 Europejskiego Funduszu  
 Społecznego

**UNIA EUROPEJSKA**  
 EUROPEJSKI  
 FUNDUSZ SPOŁECZNY


<b>Nazwa przedmiotu</b>		<b>Kod ECTS</b>	
Interpretacja przekazu medialnego i reklamowego		8.0.11480	
<b>Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot</b>			
Zakład Językoznawstwa Romańskiego			
<b>Studia</b>			
<b>wydział</b>	<b>kierunek</b>	<b>poziom</b>	<b>pierwszego stopnia</b>
Wydział Filologiczny	Filologia romańska	forma	stacjonarne
		moduł	kultura i media
		specjalnościowy	
		specjalizacja	wszystkie
<b>Nazwisko osoby prowadzącej (osób prowadzących)</b>			
dr hab. Gilles Quentel, profesor uczelni; dr hab. Izabela Pozierak-Trybisz; mgr Paulina Tarasewicz; mgr Jadwiga Bodzińska-Bobkowska; dr Barbara Brzezicka; mgr Marta Kaźmierczak; dr Katarzyna Kotowska			
<b>Formy zajęć, sposób ich realizacji i przypisana im liczba godzin</b>		<b>Liczba punktów ECTS</b>	
<b>Formy zajęć</b>		6	
Ćw. audytoryjne		Semestr 4:	
<b>Sposób realizacji zajęć</b>		30 godzin - udział w zajęciach;	
zajęcia on-line, zajęcia w sali dydaktycznej		35 godzin - samodzielne studiowanie literatury;	
<b>Liczba godzin</b>		10 godzin - przygotowanie do zaliczenia oraz kolokwium zaliczeniowe.	
Ćw. audytoryjne: 60 godz.		Razem: 75 godzin = 3 ECTS.	
		Semestr 5:	
		30 godzin - udział w zajęciach;	
		35 godzin - samodzielne studiowanie literatury;	
		10 godzin - przygotowanie do zaliczenia oraz kolokwium zaliczeniowe.	
		Razem: 75 godzin = 3 ECTS.	
<b>Termin realizacji przedmiotu</b>			
2023/2024 letni			
<b>Status przedmiotu</b>		<b>Język wykładowy</b>	
- fakultatywny (do wyboru)		- polski w wymiarze 30.00%	
- obowiązkowy		- francuski w wymiarze 70.00%	
<b>Metody dydaktyczne</b>		<b>Forma i sposób zaliczenia oraz podstawowe kryteria oceny lub wymagania egzaminacyjne</b>	
- Analiza tekstów z dyskusją		<b>Sposób zaliczenia</b>	
- Praca w grupach		Zaliczenie na ocenę	
- Wykład konwersatoryjny		<b>Formy zaliczenia</b>	
- Wykład z prezentacją multimedialną		- zaliczenie ustne	
		- kolokwium	
		<b>Podstawowe kryteria oceny</b>	
		Student otrzymuje ocenę w semestrze 4 i 5 na podstawie:	
		• kolokwium pisemnego lub ustnego z zakresu treści programowych oraz zadanych lektur (por. wykaz literatury) – 100%.	
<b>Sposób weryfikacji założonych efektów uczenia się</b>			

zakładany efekt uczenia się	Analiza tekstów z dyskusją	Kolokwium
	Wiedza	
K_W06	x	x
K_W09	x	x
K_W12	x	x
K_W14	x	x
	Umiejętności	
K_U07	x	x
K_U08	x	x
K_U10	x	
K_U14	x	
K_U15	x	x
K_U16	x	x
	Kompetencje	
K_K05	x	x
K_K06	x	

**Określenie przedmiotów wprowadzających wraz z wymogami wstępnymi****A. Wymagania formalne**

Wybór specjalności Biznes-kultura-media. W szczególnych przypadkach prowadzący może odstąpić od tej reguły.

**B. Wymagania wstępne**

Znajomość podstawowej terminologii; znajomość języka francuskiego na poziomie pozwalającym osiągnąć założone efekty kształcenia (semestr 4 - B1 i semestr 5 - B1+)

**Cele kształcenia**

Wprowadzenie do teorii komunikacji, retoryki i analizy mediów.

**Treści programowe**

Semestr 4: Wprowadzenie do retoryki argumentacyjnej i technik komunikacji językowej. Ramy teoretyczne i przykładowe.

Semestr 5: Nabycie praktycznych umiejętności dotyczących wszechstronnej analizy przekazów medialnych. Refleksja nad sposobami prezentacji informacji i ich wpływem na zrozumienie i zapamiętanie. Refleksja nad istotą mediów.

**Wykaz literatury**

- Tchakhotine, S. (1992): Le Viol des foules par la propagande politique, Gallimard.  
 Meunier, J-P & Peraya, D. (2010): Introduction aux théories de la communication, De Boeck.  
 Lukaszewicz, J. (2010): La syllogistique d'Aristote, Vrin.  
 Thiry, P. (1998): Notions de logique, De Boeck.  
 Riocreux, I. (2018): La Langue des medias, l'Artilleur.  
 Vermette, E. (2000): La publicité, théorie, acteurs et méthodes, La Documentation Française.  
 Tekst jako element komunikatu telewizyjnego, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 200.  
 Kłosiński M., Badanie zawartości i wyeksponowania przekazu medialnego, "Societas/Communitas", nr 2, 2007.  
 McQuail D., Teoria komunikowania masowego, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2008.  
 Chudziński E. (red.), Słownik wiedzy o mediach, wyd. ParkEdukacja, Warszawa-Bielsko-Biała 2007.  
 Skworz A., Niziołek A., Biblia dziennikarstwa, Wydawnictwo ZNAK, Kraków 2010.  
 W. Orliński, Internet. Czas się bać, Agora, Warszawa 2013.  
 Film: Dylemat społeczny, Netflix, 2019.

**Kierunkowe efekty uczenia się**

K\_W06, K\_W09, K\_W12, K\_W14  
 K\_U07, K\_U08, K\_U10, K\_U14, K\_U15, K\_U16  
 K\_K05, K\_K06

**Wiedza**

Student:

- ma zaawansowaną wiedzę o powiązaniach filologii romańskiej z innymi dziedzinami i dyscyplinami nauk humanistycznych i pokrewnych, w tym naukami prawnymi, ma podstawową wiedzę o uczestnikach działalności kulturalnej i gospodarczej, zna podstawowe zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości (K\_W06),
- zna i rozumie podstawowe metody analizy i interpretacji tekstów kultury (K\_W09),
- zdaje sobie sprawę z różnorodności źródeł informacji, z kompleksowości natury

- języka oraz zmienności historycznej znaczeń w języku francuskim i potrafi je odnieść do przekazu medialnego i reklamowego (K\_W12),
- ma uporządkowaną wiedzę ogólną dotyczącą kultury i realiów społeczno-gospodarczych w krajach francuskojęzycznych w tym odnoszącą się do specyfiki przekazu medialnego i reklamowego (K\_W14).

#### Umiejętności

Student:

- potrafi posługiwać się podstawowymi pojęciami z zakresu językoznawstwa w typowych sytuacjach profesjonalnych (K\_U07),
- potrafi dokonać interpretacji tekstów kultury z zastosowaniem typowych metod filologicznych (K\_U08),
- potrafi używać języka specjalistycznego i porozumiewać się w sposób precyzyjny i spójny w języku francuskim ze specjalistami nauk humanistycznych, społecznych i gospodarczych wykorzystując różne kanały i techniki komunikacyjne, umie współdziałać z innymi osobami w ramach prac zespołowych, w tym o charakterze interdyscyplinarnym (K\_U10),
- potrafi korzystać z dostępnych urządzeń multimedialnych i nowoczesnej technologii w celu pozyskania informacji, samokształcenia lub nawiązania kontaktu ze specjalistami w dziedzinie przekazu medialnego i reklamowego, potrafi rzetelnie opisać dokumenty pochodzące ze źródeł elektronicznych, umie planować i organizować pracę indywidualną oraz w zespole (K\_U14),
- potrafi dokonać obserwacji i interpretacji zjawisk społeczno-kulturowych, analizuje ich powiązania (K\_U15),
- potrafi w sposób precyzyjny i spójny wypowiadać się po francusku w mowie na temat dotyczący wybranych zagadnień literackich i kulturowych (K\_U16).

#### Kompetencje społeczne (postawy)

Student:

- ma świadomość odpowiedzialności za zachowanie i propagowanie dziedzictwa kulturowego Europy i krajów francuskojęzycznych, ma świadomość znaczenia tego dziedzictwa dla zrozumienia wydarzeń społecznych i kulturalnych (K\_K05),
- uczestniczy w życiu kulturalnym korzystając z różnych mediów i rozumie potrzebę zachęcania innych do kontaktów z kulturą, myśli i działa w sposób przedsiębiorczy, krytycznie ocenia posiadaną wiedzę (K\_K06).

#### Kontakt

[gilles.quentel@ug.edu.pl](mailto:gilles.quentel@ug.edu.pl)