

## A TANTÁRGY ADATLAPJA

### 1. A képzési program adatai

1.1 Felsőoktatási intézmény	Babeş-Bolyai Tudományegyetem
1.2 Kar	Politika-, Közigazgatás- és Kommunikációtudományi Kar
1.3 Intézet	Újságírás és Digitális Média Intézet
1.4 Szakterület	kommunikációtudomány
1.5 Képzési szint	alapképzés
1.6 Szak / Képesítés	újságírás

### 2. A tantárgy adatai

2.1 A tantárgy neve	Szemiotika és vizuális kultúra						
2.2 Az előadásért felelős tanár neve	Dr. Péter Árpád						
2.3 A szemináriumért felelős tanár neve	Dr. Péter Árpád						
2.4 Tanulmányi év	I	2.5 Félév	II	2.6. Értékelés módja	vizsga	2.7 Tantárgy típusa	kötelező

### 3. Teljes becsült idő (az oktatási tevékenység féléves óraszama)

3.1 Heti óraszám	2,5	melyből: 3.2 előadás	2	3.3 szeminárium/labor	0,5
3.4 Tantervben szereplő össz-óraszám	35	melyből: 3.5 előadás	28	3.6 szeminárium/labor	7
A tanulmányi idő elosztása:					óra
A tankönyv, a jegyzet, a szakirodalom vagy saját jegyzetek tanulmányozása					3
Könyvtárban, elektronikus adatbázisokban vagy terepen való további tájékozódás					2
Szemináriumok / laborok, házi feladatok, portofóliók, referátumok, esszék kidolgozása					2
Egyéni készségfejlesztés (tutorálás)					1
Vizsgák					1
Más tevékenységek: szimulációs gyakorlatok					1
3.7 Egyéni munka össz-óraszama	12				
3.8 A félév össz-óraszama	168				
3.9 Kreditszám	4				

### 4. Előfeltételek (ha vannak)

4.1 Tantervi	• -
4.2 Kompetenciabeli	• a hallgatók alapvető médiatörténeti ismeretekkel kell rendelkezzenek.

### 5. Feltételek (ha vannak)

5.1 Az előadás lebonyolításának feltételei	• diákonként egy, korszerű számítógép, internetkapcsolat, Adobe Illustrator program, Corel Draw program, egy kivetítő
5.2 A szeminárium / labor lebonyolításának feltételei	• diákonként egy, korszerű számítógép, internetkapcsolat, Adobe Illustrator program, Corel Draw program, egy kivetítő

## 6. Elsajátítandó jellemző kompetenciák

<b>Szakmai kompetenciák</b>	<p><b>C5.1.</b> Az újságírói szakmai deontológia sajátos jegyeinek felismerése és leírása.</p> <p><b>C4.2.</b> Az országos vagy helyi szervezetek tevékenységének internacionalizálását szolgáló újságírói technikai, taktikai és stratégiai eszközök adaptálása.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>C4.5.</b> Egyéni részprojekt kidolgozása egy szerkesztőség és/vagy kutatói csoport tevékenységével összehangolva, egy projekt keretén belül</li> </ul>
<b>Transzverzális kompetenciák</b>	<p><b>CT1.</b> Reális megoldása – elméleti és gyakorlati indoklás mellett – egyes szokványos szakmai problémáknak, ezek hatékony és deontológiai megoldása érdekében</p> <p>-</p>

## 7. A tantárgy célkitűzései (az elsajátítandó jellemző kompetenciák alapján)

7.1 A tantárgy általános célkitűzése	<ul style="list-style-type: none"> <li>• a tantárgy elsajátítása során a diákok képessé kell váljanak a médiajelenségek vizuális sajátosságainak és rendszereinek értelmezésére, valamint a különböző médiumok jellemző esztétikai sztenderdjeinek felmérésére</li> </ul>
7.2 A tantárgy sajátos célkitűzései	<ul style="list-style-type: none"> <li>• a hallgatók kell ismerjék a médiák vizuális szerveződéseinek jelentéstartalmát, valamint kompetenciákat kell szerezzenek ahhoz, hogy maguk is hozzájárulhassanak médiumok vizuális aspektusainak formálásához</li> </ul>

## 8. A tantárgy tartalma

8.1 Előadás	Didaktikai módszerek	Megjegyzések
1. Látvány és jelentés a médiában	Frontális oktatás, multimédiás bemutató, beszélgetés.	
2. A klasszikus, nyomtatott médiumok vizualitásának jelentésvilága.	idem	
3. A „sugárzott” médiumok vizuális vonatkozásai. Az online vizualitása	idem	
4. A média szerepe a vizuális identitás megkonstruálásában és fenntartásában, esetleges transzformációiban	idem	
5. Médiavállalatok vizuális identitása. A logók szerepe és tervezési elvei	idem	
6. Az arculati kézikönyv szerkezete és elemei.	idem	
7. A média mint arculathordozó – az arculat a	idem	

médiában		
8. Az események meghirdetése különböző médiumokban (a falragasztól a Facebook-„cover”-ig). Plakáttervezési elvek	idem	
9. A zsebvágott médium. Arculat mediálása névjegy által. Névjegytervezési elvek	idem	
10. Változó arculatok médiatükroezése (Pepsi, Discovery Channel stb.). A megváltozott arculatok médiajelenléteinek fontossága	idem	
11. Az „állandó” arculatok médiajelenlétei (Coca Cola)	idem	
12. Globális jelentőségű cégek arculatának tükrözése a médiában (International Flavors & Fragrances, Monsanto stb.)	idem	
13. A vizuális inkongruenciák (potenciális) médiavisszhangjai. A közösségi médiák mint a vizuális identitások kontrolljai (a néhány napos GAP logo, a British Petroleum arculatváltása, az arculat fontossága a „Salvați Roșia Montană” médiakampányában)	idem	
14. Ismétlések	idem	

#### Könyvészet:

##### 1. Kötelező:

**Abrudan Elena: *Cultura vizuală. Experiențe vizuale în era postmodernă*, Cluj, Eikon, 2013.**

**Chris Jenks: *Visual Culture*. Routledge, 2005.**

**Jennifer Smith: *Adobe Illustrator CC Digital Classroom*, John Wiley & Sons, Inc., 2015.**

**Karin Becker: *Where is Visual Culture in Contemporary Theories of Media and Communication? Nordicom Review*, 2004. Vol. 25, no 1-2.**

##### Ajánlott:

Gordon Gray: *Cinema. A Visual Anthropology*. Berg, 2010.

8.2 Szeminárium / Labor	Didaktikai módszerek	Megjegyzések
1. Arculati kézikönyvek elemzése.	esettanulmányok, gyakorlatok	
2. Az arculatok médiamegjelenítésének rendszerei példákon keresztül	idem	
3. Logótervezési gyakorlatok Adobe Illustratorral - 1	idem	
4. Logótervezési gyakorlatok Adobe Illustratorral - 2	idem	
5. Plakáttervezési gyakorlatok Adobe Illustratorral - 2	idem	
6. Névjegytervezési gyakorlatok Adobe Illustratorral - 2	idem	
7. Ismétlések	idem	

#### Könyvészet:

Andrew Darley: *Visual digital culture. Surface play and spectacle in new media genres*. Routledge, 2000.

### 9. Az epiztemikus közösségek képviselői, a szakmai egyesületek és a szakterület reprezentatív munkáltatói elvárásainak összhangba hozása a tantárgy tartalmával.

- A tantárgy céljaként tűzi ki, hogy a nagy tömegeket érintő, alkalmanként erősen befolyásoló

médiumok, médiában erős jelenléttel bíró termékek, szolgáltatások vizuális „hatásmechanizmusát” jól ismerjék meg a hallgatók, helyesen mérjék fel ezek társadalomban érvényesülő rendszereit.

## 10. Értékelés

Tevékenység típusa	10.1 Értékelési kritériumok	10.2 Értékelési módszerek	10.3 Aránya a végső jegyben
10.4 Előadás	egy médiaesemény, médiainstítúzmény vizuális rendszereinek, arculatának alapos elemzése	vizsgadolgozat	70%
	évközben leadott vizuális projektek	esztétikai, funkcionálisbeli felmérés	
10.5 Szeminárium / Labor	dolgozat	felmérés	30%
10.6 A teljesítmény minimumkövetelményei			
<ul style="list-style-type: none"><li>• egy médiaesemény, médiainstítúzmény vizuális rendszereinek, arculatának alapos elemzése</li><li>• év közben leadandó:</li><li>• logoterv médiainstítúzmény számára</li><li>• plakáttér a logo felhasználásával</li><li>• innovatív névjegy tervezése a logo felhasználásával</li></ul>			

Kitöltés dátuma

2024.01.12.

Előadás felelőse

Dr. Péter Árpád



Szeminárium felelőse

Dr. Péter Árpád



Az intézeti jóváhagyás dátuma

2024.01.26.

Intézetigazgató

Conf. Univ. dr. Radu Meza