



Oficjalny Biuletyn

Nr 2

Październik 2013



LiMe

Languages in Media

Co w środku?

Witamy w drugiej edycji Biuletynu LiME!

Co w środku?

Rozwój projektu: drugie spotkanie
partnerów w czerwcu 2013 r.

Jak nas poznać?

Strona internetowa już dostępna
Informacje w mediach

Gotowi, aby do nas dołączyć...

Jako partnerzy stowarzyszeni?
Jako członkowie Doradczej Grupy
Ekspertów?
Jako nauczyciele lub uczniowie?

Partnerzy Projektu

Czy wiesz, że...?

Partnerzy projektu



Uniwersytet
ŁÓDZKI



UNIVERSITY OF
WOLVERHAMPTON
KNOWLEDGE • INNOVATION • ENTERPRISE



**Lifelong
Learning
Programme**

Nr projektu: 530866 – LLP-1-2012-1-DE – KA2-KA2MP; nr umowy: 2012-5367/001 - 001

Ten projekt został zrealizowany przy wsparciu finansowym Komisji Europejskiej. Projekt lub publikacja odzwierciedlają jedynie stanowisko ich autora i Komisja Europejska nie ponosi odpowiedzialności za umieszczoną w nich zawartość merytoryczną

Po raz drugi witamy w LiMe!

Zapraszamy do zapoznania się z drugim numerem oficjalnego Biuletynu projektu LiMe.

LiMe jest projektem finansowanym przez Program „Uczenie się Przez Całe Życie—Działania Kluczowe Języki Obce”.

Głównym celem projektu LiMe jest pomoc cudzoziemcom w rozwoju kompetencji językowych i kulturowych kraju zamieszkania, poprzez dostarczenie zarówno im, jak i ich nauczycielom, narzędzi w postaci umiejętności wykorzystania różnorodnych mediów w procesie adaptacji językowej i kulturowej.

Pragniemy osiągnąć nasze zamierzenia poprzez stworzenie interaktywnej platformy multimedialnej zawierającej ćwiczenia i zadania językowe adekwatne dla poziomów biegłości językowej A2—B1. Ułatwią one wykorzystanie materiałów medialnych w celu rozwoju kompetencji językowych i kulturowych migrantów.

Co w środku?

W niniejszym numerze Biuletynu znajdują Państwo informacje o postępie w pracach projektu, planowanych działaniach, głównych rezultatach oraz poszczególnych pakietach zadań omówionych w czasie drugiego spotkania partnerów, które miało miejsce w Wolverhampton (Wielka Brytania) w czerwcu 2013 r. Znajdą tu również Państwo przykłady działań upowszechniających projekt, a także informacje na temat Partnerów Stowarzyszonych oraz Doradczej Grupy Ekspertów, które będą wspierać rozwój projektu oraz gwarantować wysoką jakość naszych rezultatów. Dzięki sekcji kulturalnej „Czy wiecie, że..” zdobędą Państwo ciekawe informacje na temat prasy w krajach partnerów projektu.

Rozwój projektu: drugie spotkanie—czerwiec 2013 r.

Drugie spotkanie partnerów projektu odbyło się w dniach 13-14 czerwca w Wolverhampton.

Po ciepłym przyjęciu ze strony koordynatora projektu (VHS) i gospodarzy spotkania (UoW) przedstawiono już zrealizowane, jak i planowane na najbliższe miesiące zadania:

- 1) Głównym zadaniem poprzednich miesięcy było stworzenie wspólnego raportu z badań przeprowadzonych przez partnerów projektu dotyczących stanu integracji społeczno-kulturowej migrantów w poszczególnych krajach oraz roli mediów w procesie ich adaptacji.
- 2) Najważniejszym zadaniem na nadchodzące miesiące będzie stworzenie na bazie danych ze wspomnianego raportu wirtualnej platformy oraz „karty mediów” (poziomy A2—B2) w języku angielskim zawierających przykłady ćwiczeń pokazujących jak migranci i ich nauczyciele mogą korzystać z różnych rodzajów mediów w trakcie nauki języka.
- 3) Platforma zostanie uruchomiona, gdy znajdą się na niej materiały przygotowane dla poszczególnych języków partnerów projektu. Zostaną one wcześniej przetestowane przez co najmniej 10 nauczycieli i 30 uczących się języka migrantów w każdym kraju projektu.



Fot.1 Drugie spotkanie—Wolverhampton (Wielka Brytania)

Jak nas poznać?

Strona internetowa już dostępna!

Nasza witryna internetowa jest już dostępna w wielu językach. Zawiera aktualizowane na bieżąco informacje o projekcie, wydarzenia z nim związane, materiały medialne na nasz temat oraz listę partnerów stowarzyszonych projektu. Na stronie znajduje się innowacyjny ekran telewizyjny przekierowujący Państwa do najnowszych informacji na temat projektu oraz naszego Twittera.



<http://www.languages-in-media.eu/>

Informacje w mediach

W trakcie trwania projektu postaramy się o wiele medialnych publikacji na temat tej inicjatywy tak, aby informacje o projekcie dotarły zarówno do osób zarządzających edukacją, jak i do potencjalnych użytkowników naszej platformy.

Niektórzy z partnerów już upowszechnili informacje o projekcie w lokalnej prasie. Tytuły takie jak: *“Hilfe für Zuwanderer”*, *“Lingua, cultura e integrazione si apprendono con i mass media”* i *“El inmigrante, como en casa”* pomagają nam w promowaniu projektu. Gazety i strony internetowe to doskonały środek, za pomocą którego możemy dotrzeć do szerokiego grona odbiorców.

Gotowi dołączyć do nas...

Jako partnerzy stowarzyszeni?

Partnerzy projektu uzgodnili, że do projektu powinny dołączyć instytucje i organizacje zainteresowane jego tematyką. Współpraca z nimi będzie dotyczyć: ich udziału w upowszechnianiu projektu poprzez informacje na stronach internetowych lub bezpośrednie spotkania, udział w testowaniu i dbałość o praktyczne wykorzystanie produktów projektu. Partnerzy projektu już teraz współpracują z wieloma organizacjami z całej Europy nad wykorzystaniem materiałów medialnych w edukacji migrantów. Pod tym adresem znajdują Państwo listę naszych partnerów stowarzyszonych: <http://www.languages-in-media.eu/node/4>

Jako członkowie Doradczej Grupy Ekspertów?

Proponujemy również stworzenie Doradczej Grupy Ekspertów w każdym z krajów partnerskich. Jej członkami będą specjaliści w dziedzinie nauczania języka migrantów i wykorzystania materiałów medialnych w edukacji językowej i adaptacji społeczno-kulturowej. Ich krytyczne uwagi zapewnią wysoką jakość i atrakcyjność rezultatów naszego projektu.

Jako nauczyciel lub uczeń?

Jeśli jesteście Państwo zainteresowani udziałem w projekcie, prosimy o kontakt z koordynatorem w Państwa kraju:

Partnerzy projektu

• Volkshochschule im Landkreis, Niemcy

Kontakt: Aleksandra Sikorska;
E-mail: asikorska@vhs-cham.de

• Uniwersytet Łódzki, Polska

Kontakt: Marcin Gońda;
E-mail: marcin.gonda@uni.lodz

• University of Wolverhampton, Wielka Brytania

Kontakt: Language Networks for Excellence team;
E-mail address: networks4excellence@wlv.ac.uk

• Agenzia per lo Sviluppo Empolese Valdelsa ASEV, Włochy

Kontakt: Ecaterina Constantinova;
E-mail: info@asev.it

• Language Education and Partnership Ltd., Wielka Brytania

Kontakt: Emilia Quaranta;
E-mail: emilia@leaponline.eu

• Universidad de Extremadura, Hiszpania

Kontakt: Mercedes Rico;
E-mail: mricogar@unex.es



Nr projektu: 530866 – LLP-1-2012-1-DE – KA2-KA2MP; nr umowy: 2012-5367/001 - 001

Ten projekt został zrealizowany przy wsparciu finansowym Komisji Europejskiej. Projekt lub publikacja odzwierciedlają jedynie stanowisko ich autora i Komisja Europejska nie ponosi odpowiedzialności za umieszczoną w nich zawartość merytoryczną



LiMe

Languages in Media

Czy wiesz, że ...?

Niemcy:

Gazety są w Niemczech nadal niezwykle popularne. Regularnie czyta je co siódmy Niemiec. Tak jak w większości krajów różne tytuły koncentrują się na różnych tematach. Najpopularniejszą gazetą w Niemczech jest „Bild”, który sprzedaje się codziennie w prawie 3 milionach egzemplarzy. Jest to kolorowa gazeta wykorzystująca wielkie nagłówki, zdjęcia i materiały na temat sportu, skandali i zbrodni. Jako dodatek do wielonakładowych, ogólnoniemieckich tytułów wielu Niemców czyta systematycznie prasę lokalną.

Polska:

Większość ogólnopolskich gazet jest zaangażowana politycznie. Dwa główne tytuły, tj. „Gazeta Wyborcza” związana z liberalno-lewicowym skrzydłem i „Rzeczpospolita” reprezentująca poglądy prawicowo-konserwatywne potrafią przekazać tę samą informację w zupełnie innym świetle. Gazety lokalne wydają się być bardziej obiektywne lecz skupiają się one raczej na lokalnych, a nie ogólnokrajowych problemach.

Wielka Brytania:

Od dawna brytyjskie gazety dzielą się na prasę informacyjną i tabloidy. Prasa informacyjna posługuje się bardziej oficjalną odmianą języka i zawiera więcej informacji ze świata polityki i biznesu. Najbardziej znane tytuły to: „The Times”, „The Telegraph”, „The Guardian” i „The Independent”. Tabloidy używają języka codziennego zawierającego wiele słownych gier. Ich główną tematyką są historie z życia celebrytów, rozrywka i ciekawostki. Najślynniejszym brytyjskim tabloidem jest „The Sun”.

Włochy:

We Włoszech jednymi z najpopularniejszych gazet są gazety sportowe. „La Gazzetta dello sport” przoduje wśród dziesięciu największych tytułów takich, jak: „Corriere della sera”, „La Repubblica”, „Il Sole-24 Ore”, „Il Giornale” i „La Nazione”. W ostatnich czasach rynek prasowy we Włoszech cierpi z powodu znacznego spadku sprzedawalności. Plany reorganizacyjne kładą wielki nacisk na rozwój nowych technologii i publikacje internetowe.

Hiszpania:

Wszystkie gazety ogólnokrajowe i lokalne są publikowane zarówno w wersji drukowanej, jak i internetowej. Gazety dostarczają informacji na temat świata polityki, przestępczości, biznesu, rozrywki, społeczeństwa i sportu, ale nie zajmują się tabloidowymi skandalami. W Hiszpanii tą tematyką zjają się czasopisma, a nie codzienne gazety. Najślynniejsze tytuły ogólnokrajowe to: „El País”, „El Mundo”, „ABC”. Gazety sportowe podzielone są między kibiców Realu Madryt, którzy czytają „El Marca” i „As” oraz kibiców FC Barcelona związanych z „El Mundo Deportivo” i „Sport”.