Mediální komunikace

Charakteristika předmětu

Obsahové, časové a organizační vymezení

Mediální komunikace je volitelný předmět, který vychází ze vzdělávacích oblastí Jazyk a jazyková komunikace a Člověk a společnost. Má také blízkou vazbu ke vzdělávací oblasti Informační a komunikační technologie. Realizují se tematické okruhy průřezových témat Mediální výchova a Osobnostní a sociální výchova dle RVP G.

Mediální komunikace (MD) se vyučuje ve čtvrtém ročníku a v oktávě v týdenní dotaci dvou hodin. Výuka předmětu probíhá v kmenových třídách, případně učebnách s potřebnou audiovizuální technikou.

Základními metodami a formami práce jsou: analýza textu, řízený rozhovor, diskuse, situační a inscenační metody, brainstorming, skupinová i samostatná práce a projektová výuka.

Předmět je zaměřen na kulturu mluveného projevu a mediální komunikaci. Důraz je kladen na osvojení zásad mluveného i psaného projevu, vystupování na veřejnosti, na práci s mediálními sděleními, jejich analýzu a zhodnocení vlivu na příjemce. Studenti jsou vedeni ke schopnosti rozpoznat skryté významy, manipulační techniky, nepřesné a zcela neúplné informace v mediálních sděleních. Cílem předmětu, je aby žáci získali jistou a uvolněný přístup při vystupování před publikem či kamerou, dokázali věcně argumentovat, vytvořit jednoduché útvary řečnického či publicistického stylu a zhodnotit projevy ostatních řečníků. Součástí předmětu je nácvik modelových situací pomocí hraní rolí, videotrénink se zpětnou vazbou či práce na projektových úkolech. Receptivní činnosti se zaměřují na práci s projevy masové komunikace (kritické čtení, interpretace mediálních sdělení, jejich komparace, sledování stavby mediálních sdělení a vlivu médií). Produktivní činnosti žáků se soustřeďují na vytváření jednoduchých sdělení určených pro média (zpracování anket a dotazníků, článků, rozhovorů či podcastů, redigování příspěvků druhých).

Výchovné a vzdělávací strategie

Kompetence k učení

Učitel:

* vede žáka k práci s různými informačními zdroji
* zadáváním vhodných úloh motivuje žáky k posuzování a vyhodnocování pravdivosti a důležitosti získaných informací, ke kritickému srovnávání informací minimálně ze dvou nezávislých zdrojů
* pravidelným zadáváním úloh, referátů, krátkodobých osobních projektů, mluvních cvičení vytváří v žácích žádoucí studijní návyky

Kompetence k řešení problémů

Učitel:

* předkládáním problémových situací z každodenní praxe vede k vyvozování závěrů, k obhajování vlastních postojů
* pomocí diskusí vytváří pro žáky dostatečný prostor ke zjišťování pravdivosti vyslovovaných teorií a hypotéz
* vede žáky k týmové spolupráci při řešení problému
* prostřednictvím skupinové práce či diskusí vytváří příležitosti k tomu, aby žáci zaujali různé postoje k určité situaci či sdělení, aby uváděli samostatně nebo ve skupinách argumenty pro a proti jejich přijetí

Kompetence komunikativní

Učitel:

* vede žáky ke kultivovanému vyjadřování s ohledem na jazykovou normu
* skrze cílené systematické vedení žáků k slovním projevům vytváří prostor k vyjádření a interpretaci vlastních myšlenek
* vhodnými příklady a úkoly učí žáky klást jasné a srozumitelné dotazy, uvádět argumenty a protiargumenty, vyjednávat při řešení problémových nebo konfliktních situací

Kompetence sociální a personální

Učitel:

* přípravou ukázek z masových médií směruje žáky k systematickému pozorování reakcí, chování lidí v různých situacích v reálném životě
* navozuje aktivity (skupinová práce), během kterých žák konstruktivně řeší problémy s ostatními

Kompetence občanské

Učitel:

* vede žáky k vyvozování důsledků aktuálních událostí ve světě, směřuje je k hledání kořenů současného uspořádání světa a souvislostí mezi současností a historií

Kompetence k podnikavosti

Učitel:

* zadáváním vhodných úloh učí žáka hodnotit rizika související s rozhodováním v reálných životních situacích

Vzdělávací obsah

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Mediální komunikace 4. ročník čtyřletého a 8. ročník osmiletého gymnázia | | | | |
| Školní výstupy  Žák: | | Učivo | | Mezipředmětové vztahy,  průřezová témata |
| Kultura mluveného projevu | | | | |
| * v mluveném projevu ovládá zásady spisovné výslovnosti a pro účinné dorozumívání vhodně užívá zvukové prostředky řeči (modulace síly, výšky hlasu, tempa řeči; umístění přízvuků a pauz, správné frázování apod.) * v mluveném projevu vhodně užívá nonverbálních prostředků řeči * v písemném i mluveném projevu volí vhodné výrazové prostředky podle jejich funkce a ve vztahu k sdělovacímu záměru, k dané situaci, kontextu a k adresátovi * v mluveném i psaném projevu vhodně využívá slohotvorné rozvrstvení výrazových prostředků češtiny * při tvorbě vlastního textu mluveného i psaného využívá základní principy rétoriky | | - jazyk a řeč, jazyková komunikace; myšlení a jazyk;  - zvuková stránka jazyka – zásady spisovné výslovnosti; zvukové prostředky souvislé řeči;  - text (komunikát) a komunikační situace – prostředí, účastníci komunikace, jejich role;  - míra připravenosti, oficiálnosti, formálnosti, veřejnosti komunikace; mluvenost a psanost;  - komunikační strategie – adresnost, volba jazykového útvaru, prostředků verbálních a neverbálních; vyjadřování přímé a nepřímé, jazyková etiketa;  - monolog a dialog – výstavba dialogu, vztah otázka odpověď  - rétorika – druhy řečnických projevů, příprava a realizace řečnického vystoupení;  - základní vlastnosti textu, principy jeho výstavby – koherence textu (navazování, odkazování, tematické posloupnosti); členění textu | | **MPV: ČJ**  **PT OSV**  **Sociální komunikace**  (verbální a neverbální komunikace,  lidská komunikace a porozumění, realizace řečnického vystoupení)  **Morálka všedního dne**  (diskuse, obhajoba vlastního názoru, řešení modelových situací) |
| Fungování a vliv médií ve společnosti | | | | | |
| * rozliší různé druhy médií, posoudí jejich úlohu v životě člověka a společnosti a zhodnotí jejich vliv * chápe, jak funguje redakce novin a jakou roli mají jednotliví novináři v redakční práci. * u tištěných médií pojmenuje funkci užití grafických a dalších vizuálních prvků (písma, grafiky, fotografie) * zhodnotí, jakým způsobem se do podoby mediálních sdělení promítají představy o cílovém (plánovaném) příjemci * rozezná bulvární prvky ve zpravodajství a odliší bulvární obsah od feature a story * popíše základní hodnoty novinářské etiky * vnímá vztah médií a svobody projevu a význam tisku pro demokratické společnosti, chápe i rizikové stránky tohoto vztahu | * média a jejich funkce, veřejnoprávní a soukromá média, tištěná a elektronická média * vliv médií * redakce novin (šéfredaktor, redaktor, reportér, editor, korektor, rešeršista aj.) * náplň práce a požadavky na osobnost novináře * grafické a vizuální prvky v médiích * seriózní a bulvární média, útvary publicistiky * novinářská etika, etický kodex (Syndikát novinářů České republiky) | | **PT: MV**  **Média a mediální produkce**  **Mediální produkty a jejich význam**  **Účinky mediální produkce a vliv médií**  **Role médií v moderních dějinách**  **PT OSV**  **Sociální komunikace**  **Morálka všedního dne** | | |
| Mediální komunikace a tvorba mediálních sdělení | | | | | |
| * kriticky přistupuje k mediálním informacím * uvede práva, která může uplatňovat vůči médiím (právo na odpověď, opravu, ochranu osobnosti), a rozumí základním principům mediální legislativy ČR a mediální politiky EU * rozpozná fakta od názorů novináře, rozpozná výrazové prostředky snažící se vyvolat emoce či ovlivnit postoje a chování, identifikuje základní argumentační a manipulační postupy médií * rozpozná mechanismy, jimiž je médii manipulován nebo jimiž sám ostatní manipuluje * dokáže rozlišit mediální sdělení, která upevňují negativní předsudky a představy o společnosti * je schopen posoudit vliv reklamy a reklamních sdělení, rozliší aspekty etické a neetické reklamy * dokáže získat informace pro tvorbu mediálního sdělení * dokáže napsat vybrané útvary publicistického funkčního stylu (zpráva, článek, komentář, reportáž, interview). | * mediální sdělení a jejich specifika * manipulační techniky médií; propaganda * právo v oblasti médií * reklama, typy reklam * Rada pro reklamu, Rada pro rozhlasové a televizní vysílání * útvary publicistického funkčního stylu a jejich náležitosti a výstavba | | **PT: MV**  **Média a mediální produkce**  **Mediální produkty a jejich význam**  **Účinky mediální produkce a vliv médií**  **Uživatelé**  **Účinky mediální produkce a vliv médií**  **Role médií v moderních dějinách**  **PT OSV**  **Sociální komunikace**  **Morálka všedního dne** | | |