

MEDIÁLNÍ SEMINÁŘ (POKRAČOVACÍ) – JEDNOLETÝ SEMINÁŘ

CHARAKTERISTIKA PŘEDMĚTU

„...v mediální výchově na rozdíl od ostatních školních předmětů po dětech chceme, aby zkoumaly, jak vědí to, co vědí. V mediální výchově se musí pít po tom, odkud informace a myšlenky přicházejí, a ne přijímat fakt, že tu prostě jsou.“

Cary Bazalgette, 1989

Mediální seminář je zařazen do výuky 3. a 4. ročníku čtyřletého gymnázia a v septimě a oktávě osmiletého gymnázia. Seminář je určen studentům tříd se zaměřením všeobecným i studentům tříd zaměřených na živé jazyky. Výuce jsou věnovány 2 vyučovací hodiny týdně. Seminář má vazbu na oblast Člověk a společnost, je úzce propojen s oblastí Jazyk a jazyková komunikace, využívá strategie oblasti Informační a komunikační technologie a je v úzkém tematickém spojení s oblastí Umění a kultura. Předpokladem pro studium pokračovacího mediálního semináře je absolvování jeho jednoleté základní části, na kterou tento seminář navazuje a obsahově a tematicky ji rozšiřuje.

Cílem semináře je zvyšovat společenské povědomí o médiích a mediálním obrazu světa. Studenti jsou vedeni k pěstování kritické reflexe médií, k porozumění principům a mechanismům fungování médií, které tvoří základ pro schopnost jejich kritického přijímání a posuzování mediálních sdělení. Studenti jsou vedeni k uvědomění si potenciální možnosti zneužití médií, například k prosazení názorů a hodnot, které slouží potřebám kulturních, politických a ekonomických elit. Seminář přispívá ke schopnosti studentů se úspěšně a samostatně zapojit do mediální komunikace. Studenti semináře rozvíjejí schopnost analytického přístupu k mediálním obsahům a kritického odstupu od nich, učí se využívat potenciál médií jako zdroje informací, kvalitní zábavy i naplnění volného času. Studenti jsou vedeni k osvojení si základních principů vzniku významných mediálních obsahů, získávají představu o roli médií v klíčových společenských situacích a v demokratické společnosti vůbec, vytváří si představu o roli médií v každodenním životě. Seminář vede studenty k rozeznávání platnosti a významu argumentů ve veřejné komunikaci, rozvíjí komunikační schopnosti, zvláště při veřejném vystupování a stylizaci psaného a mluveného textu. Seminář si klade za cíl přispívat k využívání vlastních schopností v týmové práci (v redakčním kolektivu) a ke schopnosti přizpůsobit vlastní činnost potřebám a cílům týmu. Studenti jsou připravováni na samostatné využívání médií, učí se využívat tisku, rozhlasu a televize k prezentování vlastních názorů a stanovisek a aktivně se tak podílet na utváření mediálního prostoru. Studenti zkoumají, analyzují a rozvíjejí možnosti moderních komunikačních technologií, jsou vedeni k orientaci v nových komunikačních technologiích a k jejich nezbytnému využití pro vlastní seberealizaci a široké společenské uplatnění. Seminář podporuje mediální gramotnost a propaguje aktivní společenskou participaci. Seminář je tvořen redakční radou, která vytváří samostatná mediální sdělení různého typu a obsahu, podílí se na medializaci jednotlivých aktivit školy i semináře samotného. Při výuce je využívána e-learningová platforma Moodle.

Seminář je interaktivní, tj. samotní seminaristé mohou v určité míře ovlivňovat formu i obsahovou náplň semináře. Pořadí témat v celku a jejich proporционаlnost volí vyučující daného semináře po dohodě se studenty.

Předmět: **Mediální seminář (pokračovací)** – jednoletý seminář

Ročník: **septima, oktáva, 3., 4. ročník**

Zaměření: **živé jazyky a všeobecné**

Rozsah: **2 h týdně**

Školní výstupy – žák	Učivo	Průřezová témata, přesahy	Hodnocení, poznámky
<ul style="list-style-type: none"> • Zpracovává, vyhodnocuje a využívá společenské podněty k tvorbě mediálního sdělení. • Analyzuje nabízená sdělení, posuzuje jejich věrohodnost a vyhodnocuje jejich komunikační záměr, popřípadě je asociuje s jinými sděleními. • Orientuje se v mediovaných obsazích a volí odpovídající média jako prostředek pro naplnění nejrůznějších potřeb. • Hledá paralely mezi minulými a současnými událostmi a porovnává je s jevy a procesy v evropském i celosvětovém měřítku. • Interpretuje mediální sdělení z hlediska jeho informační kvality. • Vnímá rozdíly mluveného i psaného projevu, jeho stavby, nejrůznějších typů, obsahů. • Osvojuje si poznatky usnadňující orientaci v současném světě. • Vyhodnocuje kvalitu a význam informačních zdrojů. • Využívá tištěných i digitálních dokumentů jako zdrojů informací. • Uvědomuje si vnější vlivy na chování médií (legislativa, public 	<ul style="list-style-type: none"> • Televize • Rozhlas • Internet • Veřejnoprávní a soukromá média • Regulace a autoregulace médií • Redakce, funkce, formy a metody redakční práce. • Kritické čtení, poslouchání a pozorování mediálních sdělení • Interpretace vztahu mediálních sdělení a reality • Fungování a vliv médií ve společnosti • Média a marketing • Média a politika • Vliv médií • Kritické čtení a vnímání mediálního sdělení • Práce v realizačním týmu • Manipulativní komunikační postupy • Stavba mediálních sdělení • Tvorba mediálního sdělení • Reklama • Reklama a etika • Tvorba reklamního sdělení • Tvorba mediálního výstupu • Mediální stereotypy • Média a propaganda 	<p>OSV Poznávání a rozvoj vlastní osobnosti Seberegulace, organizační dovednosti a efektivní řešení problémů Sociální komunikace Morálka všedního dne Spolupráce a soutěž</p> <p>VMEGS Globalizační a rozvojové procesy Globální problémy, jejich příčiny a důsledky Humanitární pomoc a mezinárodní rozvojová spolupráce Žijeme v Evropě Vzdělávání v Evropě a ve světě</p> <p>MKV Základní problém sociokulturních rozdílů Psychosociální aspekty interkulturality Vztah k multilingvní situaci a ke spolupráci mezi lidmi z různého kulturního prostředí</p> <p>MV Média a mediální produkce Účinky mediální produkce a vliv médií</p>	<p>Ve školním roce jsou žáci hodnoceni na základě výsledků samostatné i skupinové práce.</p> <p>Skupinová práce a její prezentace</p> <p>Práce s časopisy, novinami, internetem, zvukovými a obrazovými médii</p> <p>Tvorba mediálního sdělení</p> <p>Práce v redakčním týmu</p> <p>Využití dokumentárních filmů</p> <p>Práce na terénních projektech</p> <p>Spolupráci při mediální prezentaci projektů školy – Filmová noc Masarykova gymnázia aj.</p> <p>Exkurze do redakce dle</p>

Školní výstupy – žák	Učivo	Průřezová témata, přesahy	Hodnocení, poznámky
<p>relations, lobbying aj.).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Uvědomuje si důležitost profesně etických kodexů a nutnost jejich dodržování i rizik plynoucích pro společnost z jejich porušování (reklamní kodex, novinářský kodex). • Uvědomuje si vlastní práva ke vztahu k médiím a dokáže je využívat. • Aktivně se podílí na přípravě mediálních sdělení v zadané formě. • Komunikuje a spolupracuje s redakčním týmem, uvědomuje si nutnost dodržování časových harmonogramů, vlastní odpovědnost při přípravě mediálních sdělení. • Rozeznává jednotlivé typy mediálních produktů a jednotlivé formy mediálních sdělení. • Pojmenovává stereotypy, které se projevují v médiích. • Rozeznává reklamu a její výrazové prostředky, uplatňuje kritický přístup k reklamě, analyzuje reklamu z hlediska použité strategie. • Uvědomuje si možnost svobodného vyjádření vlastních postojů a vlastní odpovědnost za způsob jejich formulování a veřejné prezentace. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mediální kampaně • Moderní televizní formáty Big Brother, Česko hledá Superstar aj. 	<p>Mediální produkty a jejich význam</p> <p>Uživatelé</p> <p>Účinky mediální produkce a vliv médií</p> <p>Role médií v moderních dějinách</p>	<p>aktuálních podmínek a výběru</p> <p>Exkurze do rozhlasu</p> <p>Návštěva galerie, muzea, dle aktuální nabídky a probíraného tématu</p>