

Dodatek č. 6 k ŠVP Gymnázia Otrokovice - Štěstí přeje připraveným, zpracován podle RVP G, vzdělávací program čtyřletý platný od 7. 2. 2020

č. j. GO 384/2024/2025

Od 1. 9. 2025 dochází k následujícím změnám:

1. Ruší se předmět Příprava ke státní části maturitní zkoušky.
2. Ve 4. ročníku se snižuje disponibilní hodinová dotace na 1 disponibilní hodinu místo 2 u předmětů Matematika a Fyzika.
3. Ve 4. ročníku se mění hodinová dotace u volitelných předmětů z 2 na 3.
4. Zavádí se 4 nové nepovinné předměty: a/Portugalský jazyk, b/Překladačtelský seminář, c/Mediální výchova, d/Robotika
5. Upravuje se nepovinný předmět Sportovní hry

Učební plán platný od školního roku 2025/2026

Učební plán ročníkový

Povinné předměty	1. ročník	2. ročník	3. ročník	4. ročník	Celkem
Český jazyk a literatura	3+1	3	3	3+1	14
Anglický jazyk	3	3	3+1	3+1	14
Matematika	3+1	3	2+2	2+1	14
Informatika	2	1	-	1	4
Dějepis	2	2	1+1	2	8
Občanský a společenskovední základ	1	2	2	2	7
Fyzika	2	2+1	2+1	0+1	9
Chemie	2+1	2+1	2+1	-	9

Biologie	2+1	1+1	2+1	1	9
Geografie	2	2	-	-	4
Dějiny umění	1	-	-	-	1
Tělesná výchova	2	2	2	2	8
Druhý cizí jazyk	3	3	3+1	3	13
1. volitelný předmět	-	2	0+2	2+1	7
2. volitelný předmět	-	-	0+2	2+1	5
3. volitelný předmět	-	-	-	2+1	3
Umění a kultura	1	2	-	-	3
Celkem základní dotace	29	30	22	25	106
Celkem disponibilní dotace	4	3	12	7	26
Celkem v ročníku	33	33	34	32	132

Celkový učební plán

Volitelné předměty

1. ročník

Umění a kultura

Hudební obor	1
Výtvarný obor	1

Druhý cizí jazyk

Německý jazyk	3
Francouzský jazyk	3
Španělský jazyk	3

Ruský jazyk	3
-------------	----------

2. ročník

Druhý cizí jazyk

Německý jazyk	3
Francouzský jazyk	3
Španělský jazyk	3
Ruský jazyk	3

Umění a kultura

Hudební obor	2
Výtvarný obor	2

Volitelný předmět

Seminář matematicko-fyzikální	2
Latinský jazyk volitelný	2
Seminář historicko-společenskovední	2
Ruský jazyk volitelný	2
Španělský jazyk volitelný	2
Francouzský jazyk volitelný	2
Německý jazyk volitelný	2
Seminář biologicko-chemický	2
Anglický jazyk volitelný	2
Literární seminář	2

3. ročník

Druhý cizí jazyk

Německý jazyk	4
Francouzský jazyk	4

Španělský jazyk	4
Ruský jazyk	4

1. volitelný předmět

Anglický jazyk volitelný	2
Německý jazyk volitelný	2
Francouzský jazyk volitelný	2
Španělský jazyk volitelný	2
Ruský jazyk volitelný	2
Latinský jazyk volitelný	2
Seminář z dějepisu I.	2
Seminář z matematiky I.	2
Seminář z informatiky I.	2
Seminář z chemie I.	2
Seminář z biologie I.	2

2. volitelný předmět

Anglická konverzace I.	2
Německá konverzace I.	2
Francouzská konverzace I.	2
Španělská konverzace I.	2
Seminář z občanského a společenskovedního základu I.	2
Seminář z fyziky I.	2
Seminář z výtvarné výchovy I.	2

4. ročník

Druhý cizí jazyk

Německý jazyk	3
Francouzský jazyk	3

Španělský jazyk	3
Ruský jazyk	3

1. volitelný předmět

Anglický jazyk volitelný	3
Německý jazyk volitelný	3
Francouzský jazyk volitelný	3
Španělský jazyk volitelný	3
Ruský jazyk volitelný	3
Latinský jazyk volitelný	3
Seminář z geografie	3
Seminář z matematiky II.	3

2. volitelný předmět

Anglická konverzace II.	3
Německá konverzace II.	3
Francouzská konverzace II.	3
Španělská konverzace II.	3
Seminář z občanského a společenskovedního základu II.	3
Seminář z biologie II.	3
Ruská konverzace	3

3. volitelný předmět

Seminář z dějepisu II.	3
Seminář z informatiky II	3
Seminář z fyziky II.	3
Seminář z chemie II.	3
Seminář z výtvarné výchovy II.	3

4/a Portugalský jazyk

Charakteristika nepovinného předmětu Portugalský jazyk

A. Organizační vymezení předmětu:

Seminář je určen motivovaným studentům 1. až 4. ročníku a bude probíhat 1 vyučovací hodinu 1x týdně.

B. Obsahové vymezení předmětu:

Cílem předmětu je seznámení se s portugalským jazykem, ale i kulturou, literaturou, hudbou či zvyklostmi portugalsky mluvících zemí. Jazyk bude vyučován od základů a cílem je dosažení komunikativní úrovně portugalštiny.

C. Výchovné a vzdělávací strategie:

O dosažení klíčových kompetencí usiluje vyučující následujícími výchovnými a vzdělávacími strategiemi:

Kompetence k učení: frontální, skupinová i individuální výuka, příprava prezentace, práce s různými zdroji informací, mezipředmětové vztahy

Kompetence k řešení problémů: skupinová práce, vlastní prezentace, samostatná práce, jazyková práce s textem a jeho částmi

Kompetence komunikativní: mluvní a výslovnostní cvičení, rozhovory na dané téma, konverzace

Kompetence sociální a personální: práce ve skupinách, srovnávání životních postojů a životního stylu obyvatel portugalsky mluvících zemích

Kompetence občanská: seznámení se s jinými kulturními hodnotami a jejich respektování

Kompetence k podnikavosti a pracovní: aktivní přístup při tvorbě prezentací

Kompetence digitální: využití online slovníků, práce s webovými stránkami v portugalském jazyce, online cvičení

4/b Překladatelský seminář

Charakteristika nepovinného předmětu Překladatelský seminář

D. Organizační vymezení předmětu:

Nepovinný předmět Překladatelský seminář je určen motivovaným studentům 1.-4. ročníku gymnázia, bude probíhat formou bloku dvou vyučovacích hodin 1x za týden a je plánován na dobu jednoho školního roku.

Výuka je realizována v učebně, kde jsou k dispozici počítače nebo notebooky.

E. Obsahové vymezení předmětu:

Cílem semináře je seznámení studentů s překládáním a tlumočením v teoretické, ale hlavně praktické rovině. Z velké části se jedná o překládání a tlumočení z angličtiny do češtiny, ale

studenti si vyzkoušejí i opačnou variantu. Seminář bude zaměřen na překlad filmových titulků, simultánní tlumočení filmů pro děti, překlad filmového scénáře, textů o umění, fotografii a architektuře, ale studenti si vyzkoušejí také například překlad úryvku z románu, povídky, písně nebo básně, zprávy z novin, textu s business tématikou, receptu nebo reklamy. Dále si studenti vyzkoušejí konsektivní a simultánní tlumočení rozhovorů s nejrůznějšími osobnostmi. Seznámí se s tím, jak se dají překládat názvy filmů a knih, jak při překládání postupovat, na co si dávat pozor, jaká jsou v tomto ohledu specifika angličtiny a češtiny, co jsou to „falešní přátelé“ a tak podobně. Součástí výuky je i diskuze nad již existujícími překlady, především však studenti sami překládají a následně společně s vyučujícím rozebírají správná i špatná řešení. Pracovat budou studenti individuálně i v menších skupinkách. Důraz bude kladen na porozumění autentických textů, čímž si studenti rovněž prohloubí své jazykové znalosti a dovednosti.

F. Výchovné a vzdělávací strategie:

O dosažení klíčových kompetencí usiluje vyučující následujícími výchovnými a vzdělávacími strategiemi:

Kompetence k učení: frontální, skupinová i individuální výuka a navazující diskuze, práce s různými zdroji informací, mezipředmětové vztahy

Kompetence k řešení problémů: samostatná domácí příprava různého rozsahu, prezentace vlastní práce, vlastní tvořivá činnost

Kompetence komunikativní: diskuze se spolužáky i vyučujícím, formulace vlastních překladatelských řešení

Kompetence sociální a personální: práce ve skupinách, hodnocení práce spolužáků

Kompetence digitální: využívání online slovníků, práce s webovými stránkami, ukázka práce s titulkovacími programy a překladatelskými nástroji, možnosti využití

AI Kompetence k podnikavosti: aktivní přístup při tvorbě prezentací 7.

4/c Mediální výchova

Časové a organizační vymezení předmětu:

Mediální výchova (dále jen MV) patří mezi nepovinné předměty a je realizován dvěma výukovými hodinami. Výuka probíhá v počítačových učebnách. Je určena žákům 1.-4. ročníku.

Charakteristika předmětu MV

Zařazení MV do RVP G vychází z toho, jakou povahu má současná společnost.

Klíčovým

jevem současnosti je obohacení života o proces „medializace“, tedy o skutečnost, že velká většina informací je zprostředkována masovými médii, jejichž produkce má svou vlastní logiku, své zákonitosti – a ty je třeba znát a rozeznávat. V úhrnu všech komunikačních aktivit neustále vzrůstá podíl těch, jež jsou stimulovány, vnučovány a zajišťovány moderními zprostředkujícími technologiemi – jinými slovy, neustále stoupá účast jednotlivců i skupin

na mediální komunikaci. Poznávání světa i rozhodování v rozmanitých životních situacích od intimního života až po volební chování se děje – mimo jiné – pod jistým vlivem sdělení, která nabízejí tzv. masová média. Tato média jsou ale zároveň součástí globalizující se ekonomiky, jejímž podstatným rysem je masový důraz na spotřebu, prožitek a přítomnost – rysy příznačné pro tzv. masovou společnost. To je trend, který s sebou přináší řadu výhod a obohacení, ale i velké množství rizik (od možné ztráty orientace ve společnosti a v jejích normách a hodnotách až po izolaci a možnost sociopatologického chování). Současná společnost proto vyžaduje, aby se její členové dokázali co nejsamostatněji orientovat v mediální nabídce (od produktů „tradičních“ masových médií po možnosti „nových“ síťových médií). Tento požadavek je natolik silný a významný, že se zvládnutí mediální nabídky stává kompetencí svého druhu. Postavení masových médií a mediální komunikace v životě člověka je zcela zřetelně jedním z faktorů kvality jeho života, faktorem natolik významným, že s médii není možné nakládat toliko intuitivně, nýbrž především poučeně – je třeba dosáhnout „mediální gramotnosti“. Proto se soustavná příprava pro „život s médii“ – tedy MV – stává samozřejmou a běžnou součástí vzdělávání ve všech vyspělých společnostech. Současný člověk musí být vybaven poznatky a dovednostmi, které mu umožní orientovat se v masově mediální produkci, využívat ji, ale nepodléhat jí.

Mediální gramotnost představuje soubor poznatků a dovedností, které člověku umožňují nakládat s mediální produkcí, jež se mu nabízí, účelně a poučeně, dovoluje mu média využívat ke svému prospěchu a dává mu nástroje, aby dokázal ty oblasti mediální produkce, které se jím snaží skrytě manipulovat, odhalit.

MV se zaměřuje na to, aby v žácích – pomocí rozborů reálné mediální produkce a prostřednictvím vlastní tvorby mediálních produktů a osvojování poznatků o fungování médií ve společnosti – soustavně rozvíjela jejich schopnost kriticky a tvořivě nakládat s médii a jejich produkcí, využívat mediální nabídku a udržovat si od ní odstup. Koncepce MV se tedy opírá o představu mediální gramotnosti jako souboru dovedností a vědomostí nutných pro orientaci v nepřehledné a neprůhledně strukturované nabídce mediálních produktů, které vytvářejí (znakové, resp. symbolické) prostředí, v němž se současný člověk pohybuje. MV by měla vést na jedné straně k obohacení života výchovou k racionálnímu a hodnotnému využívání mediální produkce, na druhé straně ke snížení rizik, jež mediální produkce představuje. Měla by pedagogickými prostředky navozovat směr osobnostního a sociálního vývoje, který by v žácích založil následující předpoklady:

- posílení vědomí vlastní jedinečnosti;
- udržování kritického odstupu od modelů životního stylu nabízejících se v masových médiích;
- včlenění masových médií do souboru využívaných zdrojů informací, vzdělávání a zábavy;
- kritické prověřování mediálních sdělení ostatními zdroji.

MV zahrnuje dvě základní oblasti:

- vědomostní
 - společenskovední – nabízí základní poznatky o roli médií ve společnosti a jejich dějinách – jejím přínosem má být to, že si žáci uvědomí význam médií pro život společnosti, zjistí, jakou roli média sehrávají v každodenním životě (organizují rytmus dne, nabízejí vzory chování, odrážejí vztahy nadřazenosti a podřazenosti apod.) i v historicky vypjatých okamžicích (není náhodou, že se zlomové okamžiky nejmodernějších českých dějin vztahují k „bojům o rozhlas“, vždyť rozhlas je rychle reagující, obecně dostupné médium);
 - mediovědní – nabízí základní poznatky o médiích samotných a jejich chování, poskytuje postupy pro kritický přístup k mediální produkci – jejím přínosem má být to, že si žáci uvědomí „mediální logiku“ promítající se do mediálních produktů (pravidelnost a předvídatelnost zpravodajství, stereotypní vnímání menšin, orientaci na spotřební chování, podporu ekonomického úspěchu apod.);
- dovednostní – umožňuje vlastní mediální produkci – jejím přínosem je to, že žáci vlastní prací poznají, za jakých okolností mediální produkce vzniká, čím je podmiňována a omezována, jakou roli hraje orientace na vzbuzení zájmu, jakou roli hraje potřeba fungujícího týmu apod.

MV svým věcným obsahem souvisí především s těmi vzdělávacími obory, které mají humanitní, sociálněvědní nebo psychologickou povahu, tedy především se vzdělávacími obory Občanský a společenskovední základ, Český jazyk a literatura, Dějepis. Na dovednostní úrovni je také úzce spjatá s Informatikou.
Občanský a společenskovední základ

MV přináší žákům především doplnění představy o fungování rozhodovacích procesů v politické komunikaci (význam médií a „medializace“, funkce veřejného prostoru, rizika mediální manipulace), o moci a její demokratické kontrole (představy o společenské úloze žurnalistiky – „čtvrtý stav“, „hlídací pes demokracie“ apod.), o veřejnosti a veřejném mínění (zvláště postavení výzkumů veřejného mínění v mediální produkci). Dále jim nabízí představu o současných trendech v mediální produkci podmíněných masovostí mediální produkce a její orientací na zisk a spotřebu (depolitizace politických témat, zezábavňování, zestejňování).

Český jazyk a literatura

MV nabízí žákům aplikaci představ o konstrukci významu předváděného (je třeba ukázat, že když se nějaký charakteristický rys něčemu přisuzuje, například osobě ve zpravodajství, postavě v seriálu či účastníkovi reality show, nemusí to být jeho skutečná vlastnost, nýbrž „uměle“ přisouzený rys), o hře s doprovodnými (konotovanými) významy (použití slov „podnikatel“, „tunelování“ či „technoparty“ rozehrává jisté představy a média s těmito představami pracují, jako by byly obecně platné), o stereotypch a mýtech, o kultuře, o roli uměleckého projevu, o realističnosti –MV umožňuje využít poznatky o jazykových a dalších znakových kódech při rozvoji kritického čtení textů.

Dějepis

MV poskytuje

žákům poznatky o souvislostech mezi vývojem médií a vývojem moderních společností, o institucích, na nichž tyto společnosti stojí, o vzniku a vývoji veřejné sféry. Poukaz na vnímání prostředků veřejné komunikace (obavy i naděje, které vyvolávalo každé „nové“ médium v dějinách lidské komunikace) umožňuje strukturovat a obohatit uvažování o současné situaci. Zvláštní téma představuje role médií ve vypjatých dějinných okamžicích (noviny v roce 1848, rozhlas v květnu 1945 a srpnu 1968 apod.). Samostatnou část představují dějiny technických prostředků rozšiřujících možnosti komunikace.

Tematické okruhy

Tematické okruhy MV zahrnují složku vědomostní a dovednostní. Tyto složky se vzájemně doplňují a prolínají a tvoří fakticky jeden celek.

MÉDIA A MEDIÁLNÍ PRODUKCE

(aktivní pronikání do zázemí veřejné komunikace)

- vývoj médií od knihtisku po internet, vznik a typy masových médií (tisk, rozhlas, televize)
- vnější vlivy na chování médií: institucionální (mediální legislativa), regulace, neformální (nátlak, lobbying, vlivové agentury, public relations apod.)
- financování médií (reklama, poplatky, efektivita realizovaná standardizací)
- profesně etické kodexy

- lidé v médiích a jejich práce (novináři, baviči, herci, manažeři)
- jaká máme práva ve vztahu k médiím (právo na opravu a právo na odpověď)
- organizace práce v médiích: jak vzniká zpráva, jak vzniká zábavní pořad, práce v redakci, výrobní štáb
- práce v produkčním týmu „školního média“ (tištěné periodikum, rozhlasové či televizní vysílání, internetové periodikum), rozbor školní produkce z hlediska dodržování dohodnutých zásad a pravidel („třídní mediální ombudsman“)
- příprava vlastních materiálů psaných i nahrávaných (tvorba textu, zvukového a obrazového záznamu s využitím pokročilých funkcí aplikačního softwaru a multimediálních technologií)
- komunikace a spolupráce v týmu (stanovení časového harmonogramu, rozdělení úkolů a odpovědnosti, otázka autorství a dopracování materiálů s ohledem na celek)

MEDIÁLNÍ PRODUKTY A JEJICH VÝZNAMY

(citlivé vnímání souvislostí v nestrukturovaném sociálním prostředí)

- kategorie mediálních produktů (noviny, časopisy, rozhlasové a televizní vysílání, internetové stránky), formy mediálních sdělení (zpravodajství, komentář, dokument, seriál, poradna, fotoromán apod.), vzájemné inspirace mezi médii
- rozbor aktuálního zpravodajství, kritéria pro výběr zpráv (důležitost pro život, aktuálnost, negativita, blízkost, jednoduchost, jednoznačnost, přítomnost prominentní osoby, možnost trvání v čase)
- vztah mezi mediálními produkty a skutečností (mediální „reprezentace“ skutečnosti, vztah zpravodajství a skutečnosti, vztah fikce a skutečnosti, „hra“ se skutečností, relevance a věrohodnost informačních zdrojů a informací)
- výrazové prostředky (kódy a konvence) typické pro konkrétní média: obrazové, zvukové a jazykové prostředky, sekundární kódy charakterizující jednotlivá média (obálky časopisů pro děti a mládež, znělky v rozhlase a televizi)
- stereotypy, které se projevují v mediovaných reprezentacích, identifikace a vyhodnocení předsudku ve zpravodajství, dramatické tvorbě a zábavních pořadech
- hodnoty a životní styly nabízené/nenabízené mediálními produkty a jejich konkrétní předvedení
- mediální produkce pro mládež (společný rozbor tisku z hlediska prezentace mezigeneračních vztahů, intimních vztahů, představ o žádoucí/nežádoucí budoucnosti)
- reklama a její výrazové prostředky, kritický přístup k reklamě, rozbor reklamy z hlediska použité strategie (úspěch ve společnosti, získání obdivu, výzvy k identifikaci) příprava „ideálního“ časopisu pro mládež (co v reálných časopisech žáci považují za zajímavé a co v nich postrádají)
- příprava reklamní kampaně výstižně propagující školu

- příprava příspěvku na stejné téma do různých typů reálných novin či časopisů
- příprava televizního vystoupení založeného na textu z denního tisku (rozdíl mezi psaným a mluveným projevem)

UŽIVATELÉ

(vědomí síly a významu aktivního přístupu ke všem podnětům)

- co je veřejnost, publikum, občané, uživatelé, konzumenti
- jak vzniká čtenářská/posluchačská/divácká skupina, co je cílová skupina
- média pro vybrané skupiny (pro mládež, pro ženy, pro zájmové skupiny)
- jak se měří a popisuje publikum (náklad, čtenost, sledovanost, podíl na trhu)
- co je aktivní publikum, „sémantická moc“ publika (volnost vyložit si sdělení po svém)
- návyky při konzumaci médií (strukturace dne podle médií – čtení novin či časopisu, sledování televize, „boj o dálkové ovládání“, uspořádání nábytku vzhledem k televizi apod.)
- sledování a popis návyků při užívání médií v rodině/třídě/skupině a jejich rozbor
- ohlasy čtenářů/diváků/posluchačů na pořad, formulace názorů, napsání souhlasné či nesouhlasné reakce

ÚČINKY MEDIÁLNÍ PRODUKCE A VLIV MÉDIÍ

(aktivní přístup k utváření vlastního intimního i společenského prostředí)

- vliv médií na uspořádání každodenního života (od denního rytmu přes rozestavění nábytku po výběr konverzačních témat)
- předpokládané či skutečné vlivy některých mediálních obsahů na vnitřní rozpoložení jedince (násilí, pornografie)
- vlivy celospolečenské a kulturní (vliv na jazykovou kulturu, sdílené společenské hodnoty, stabilitu společnosti, sport apod.)
- činnost „mediální poradny“ (jak rozpoznat návyky mediální konzumace a jak je měnit)
- příprava televizní či rozhlasové diskuse na téma „vliv médií“ (vliv násilných obsahů, vliv médií na rodinný život, vliv médií na podobu sportu apod.)

ROLE MÉDIÍ V MODERNÍCH DĚJINÁCH

(vědomí postavení médií ve společnosti)

- čím se liší postavení člověka v tradiční a moderní společnosti: význam knihtisku, význam vysílání, význam digitalizace, kontinuální využívání tradičních a digitálních médií
- co to je masová společnost (masová kultura, masová komunikace), význam northcliffovské revoluce
moderní společnost a svoboda projevu: zda mohou být média nezávislá a odpovědná
- kdy vzniká bulvár a kde se toto označení vzalo

- jak společnost komunikovala: od posunků přes řeč, písmo, tisk a vysílání k internetu
- která média se v současnosti podílejí na formování našich představ o dění ve světě a proč
- média a dějiny: proč se agresor snaží obsadit redakce, proč se v nepřehledných, zlomových okamžicích uplatňuje rozhlas
- role médií v dějinách obce

Mediální výchova

Očekávané výstupy	Učivo
<p>Žák:</p> <p>V oblasti postojů a hodnot:</p> <ul style="list-style-type: none"> • rozvíjí kritický odstup od podnětů přicházejících z mediálních produktů (tedy rozvíjet schopnost přijímat a zpracovávat mediální produkty s vědomím toho, jak jsou konstruovány a s jakým komunikačním záměrem jsou nabízeny na trhu); • posiluje reflexi sebe sama a nachází místo ve společnosti; • uvědomuje si význam nezprostředkovaných mezilidských vztahů (rodinných, partnerských) a jejich vnitřní emocionální i poznávací dynamiku (namnoze kontrastující se šablonovitou nabídkou jejich zobrazení v mediálních produktech); • rozeznává společenskou a estetickou hodnotu sdělení v různých sémiotických kódech, zvláště sdělení v mateřském jazyce (podpora rozvoje jazykové kultury) a obrazových sdělení; • zvyšuje citlivost vůči kulturním rozdílům, chápe je jako obohacení života, učí se rozumět odlišnostem; <p>vnímá životní styl jako výraz vlastní autenticity a odlišuje ho od spotřebních životních stylů nabízených masově mediální produkcí;</p> <p>získává představu o práci v týmu, o vztazích kooperace a nadřazenosti a</p>	<p>Komunikace (komunikační proces, historie komunikace)</p> <p>Masová komunikace (proces masové komunikace)</p> <p>Žurnalistika a žurnalistické žánry (žurnalistika, žurnalista, zdroje žurnalistických informací)</p> <p>Typy mediálních obsahů (zpravodajství, publicistika, publicistické žánry, ostatní žánry)</p> <p>Média (základní rozdělení mediálních institucí a médií, veřejnoprávní a soukromá média, tištěná média, elektronická média, multimédia)</p> <p>Média a zábava (zábava, druhy mediální zábavy, zábavní žánry, infotainment)</p> <p>Média a reklama (reklama, cíle reklamy, historie, typy)</p> <p>Vliv, omezení a nebezpečí médií</p> <p>Vnitřní fungování médií (struktura mediální organizace, faktory ovlivňující práci redakcí, výrobní postupy, uzávěrka, výběr témat pro zpracování, rozsah a zařazení zpráv, náklady a financování médií)</p> <p>Regulace médií (média pro veřejnou službu, legislativní úprava médií, etika v žurnalistické práci, svoboda slova)</p> <p>Nová média (Internet jako prostor pro „submédia“, nebezpečí sociálních sítí, bezpečnost informací na Internetu, netiketa)</p>

<p>podřízenosti při tvorbě společného díla, o vlastním tvůrčím potenciálu.</p> <p>V oblasti vědomostí, dovedností a schopností:</p> <ul style="list-style-type: none"> • osvojuje si postupy racionálního a kontrolovaného nakládání se symbolickými obsahy; • podporuje schopnost argumentace tím, že ho naučí vyhledávat „nedořečená“ místa v textu (zamlčené otázky, manipulaci slovem i obrazem apod.); • získává základní představu o práci v jednotlivých „tradičních“ i „nových“ médiích; • osvojuje si dovednosti umožňující práci v týmu, popřípadě jeho řízení a koordinaci jeho jednotlivých členů: vzhledem k tomu, že snaha o uplatnění ve sféře veřejné (resp. mediální) komunikace je v postindustriální (resp. „informační“) společnosti stále častější; • posiluje představu o profesích, které se v této oblasti uplatňují, a zvyšuje možnost poučeného rozhodování při volbě povolání či dalšího studia; • osvojuje si poznatky usnadňující orientaci v současném světě; • podporuje svobodné rozhodování na základě kritického vyhodnocení nabídnutých informací nerovnocenné povahy, zejména rozhodování v rovině občanského rozměru života ve společnosti a jeho oddělení od rozměru spotřebitelského; • naučí se vyhodnocovat kvalitu a význam <ul style="list-style-type: none"> • informačních zdrojů; 	<p>Svět fake-news a dezinformací (podstata a pojmy světa dezinformací, dezinformační kampaň, její nástroje a techniky, trollí farmy, weby produkující „alternativní“ zpravodajství, dezinformace, instituce a organizace v boji proti dezinformacím)</p>
--	---

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none">• získá představu o roli médií v jednotlivých typech společností a různých historických kontextech;• pochopí podstatu a projevy současných trendů ve vývoji světa, zejména integrační a globalizační procesy, a vnímat, jak se tyto trendy projevují v každodenním životě (včetně mediální nabídky) i v dlouhodobém směřování společnosti. | |
|---|--|

4/d Zavádí nový nepovinný předmět – Robotika.

Robotika

Předmět Robotika rozvíjí u žáků gymnázia zájem o technické vědy prostřednictvím praktického stavění, programování a testování robotů. Přispívá k rozvoji klíčových kompetencí, podporuje kreativitu, spolupráci a digitální gramotnost. Žáci získávají dovednosti pro 21. století, které aplikují napříč předměty a připravují se na možnou budoucí kariéru v oblasti automatizace a technologií.

A. Časové a organizační vymezení předmětu:

Robotika je nepovinný předmět, který mohou navštěvovat žáci všech ročníků gymnázia, tj. od primy do oktávy. Je realizován 2 hodinami týdně. Výuka probíhá v počítačových učebnách vybavených robotickými stavebnicemi.

B. Obsahové vymezení předmětu:

Robotika umožňuje žákům dosáhnout základní úrovně robotické gramotnosti, získat elementární dovednosti v ovládání robotických sestav, seznámit se s moderními robotickými technologiemi a orientovat se ve světě automatizace. Robotika podporuje u žáků kreativitu při stavění a programování robotů a jejich využití v dalším vzdělávání i v praxi. Získané dovednosti jsou v informační a technologické společnosti nezbytným předpokladem uplatnění na trhu práce i podmínkou efektivního rozvíjení profesní a zájmové činnosti. Předmět Robotika je v základním vzdělávání založen na aktivní práci žáků s robotickými stavebnicemi, zejména rychlém sestavování, programování a následném testování funkcí. Umožňuje realizovat samostatnost i spolupráci žáků a pracovat efektivně.

C. Výchovné a vzdělávací strategie:

O dosažení jednotlivých klíčových kompetencí usilují vyučující následujícími výchovnými a vzdělávacími strategiemi:

Kompetence k učení

- Žák používá správnou terminologii a symboliku z robotiky
- Pracuje s odbornou literaturou, internetem a návody k robotickým sestávám
- Vyhledává návody na stavbu robotů, třídí díly, senzory a propojuje je do funkčního modelu

Kompetence komunikativní

- Komunikuje a diskutuje o svých robotických projektech
 - Obhajuje své názory a naslouchá názorům druhých
 - Řeší problémové situace při stavění a programování
- Kompetence k řešení problémů
- Argumentuje a využívá získané vědomosti z robotiky

- Nachází správné zdroje informací ke stavbě robotů

Kompetence sociální a personální

- Aktivně spolupracuje s druhými při týmových robotických projektech, respektuje jejich názory

- Respektuje individualitu a přispívá svými nápady

Kompetence občanské

- Využívá znalosti robotiky k zodpovědnému jednání v technickém světě a přípravě na budoucí život

Kompetence k podnikavosti

- Je aktivní a tvořivý při navrhování a realizaci robotických řešení

Kompetence digitální

- Programuje jednoduché roboty a jejich algoritmy

- Pracuje s daty ze senzorů a ovládá tak robota

Robotika

Očekávané výstupy		Učivo
Žák: <ul style="list-style-type: none"> • Vyhledá a pochopí jednoduché návody k senzorům/motorům z internetu nebo knih. • Nakreslí plán stavby robota a třídí potřebné díly pro úkol (např. jezdit po čáře). • Postaví a zapojí robota z dílů (např. LEGO Mindstorms), připraví senzory a motory. • Naprogramuje základní funkce (pohyb, smyčky, podmínky) a vyzkouší je. • Zaznamená data ze senzorů, najde chybu, opraví stavbu/kód a znovu otestuje. • Vysvětlí třídě svůj projekt, popíše chyby/řešení a ukáže fungujícího robota. 		<ul style="list-style-type: none"> • Plánování stavby robota • Mechanické spoje a senzory (dotyk, světlo, vzdálenost) • Motory a převody • Blokové programování (smyčky, podmínky, logické A/NEBO) • Sběr a analýza dat ze senzorů • Ladění chyb a testování v misích • Týmová prezentace a obhajoba projektu • Bezpečnost a etika v robotice
Průřezová témata	Přesahy do	Přesahy z
Osobnostní rozvoj Rozvoj trpělivosti při ladění chyb, sebevědomí z úspěšného projektu, spolupráce v týmu.		Český jazyk – popis pracovního postupu, prezentace projektu Fyzika – měření vzdáleností, úhlů

5. Upravuje se náplň nepovinného předmětu **Sportovní hry**.

Součástí tohoto nepovinného předmětu se stávají Sportovní hry – aerobik.

Charakteristika předmětu

Charakteristika nepovinného předmětu Sportovní hry

A. Časové a organizační vymezení předmětu

Vyučovací nepovinný předmět Sportovní hry je realizován v 1. – 4. ročníku čtyřletého studia a v primě až oktávě osmiletého studia a je dotován 2 hodinami týdně.

Výuka předmětu probíhá v tělocvičně, na školním hřišti, v prostorách školy. Sportovní hry respektují pohybové a výkonnostní rozdíly, pohlavní specifika a různá zdravotní omezení.

B. Obsahové vymezení předmětu

Cílem výuky nepovinného předmětu Sportovní hry je vytvoření kladného vztahu ke sportu a pohybu. Zaměřuje se na míčové hry (volejbal, florbal) a na aerobik.

Náplň:

1. je shodná s rozsahem výuky jednotlivých míčových her v hodinách tělesné výchovy
2. rozšiřuje základní herní dovednosti jednotlivce a součinnost družstva při hře.
3. aerobik se zaměřuje na zvyšování tělesné kondice a pohybovou koordinaci, rozšiřuje dovednosti v oblasti taneční.

Kompetence pro Sportovní hry jsou totožné s kompetencemi pro tělesnou výchovu.

V Otrokovicích dne 26. 6. 2025

Mgr. Ivo Kramář, v. r.
ředitel školy

Zpracovala: Mgr. Ivana Mařátková