

Správa o činnosti pedagogického klubu

1. Prioritná os	Vzdelávanie
2. Špecifický cieľ	1.1.1 Zvýšiť inkluzívnosť a rovnaký prístup ku kvalitnému vzdelávaniu a zlepšiť výsledky a kompetencie detí a žiakov
3. Prijímateľ	Gymnázium, Šrobárova 1, 042 23 Košice
4. Názov projektu	Inovácia vzdelávania za účelom zlepšenia čitateľskej, matematickej, finančnej a prírodovednej gramotnosti
5. Kód projektu ITMS2014+	312011U464
6. Názov pedagogického klubu	Čitateľská odysea
7. Dátum stretnutia pedagogického klubu	12.11.2019
8. Miesto stretnutia pedagogického klubu	Gymnázium, Šrobárova 1, 042 23 Košice
9. Meno koordinátora pedagogického klubu	PhDr.Ingrid Kerestúriová
10. Odkaz na webové sídlo zverejnenej správy	https://www.srobarka.sk/inovacia-vzdelavania-za-ucelom-zlepsenia-gramotnosti/

11. Manažérske zhrnutie:

Úloha ČG vo vizuálnej kultúre – definovanie pojmov

Stratégie rozvoja ČG s dôrazom na netextový obsah v súčasnom svete, pop kultúre (reklama, billboardy, slogany atď.).

Špecifiká interpretácie obsahu a podprahovej komunikácie.

klúčové slová: vizuálna kultúra, čítanie tabuliek, grafov, prepojenie poznatkov s praxou, stratégie rozvoja ČG, popkultúra, reklama, billboard, slogan, špecifiká interpretácie obsahu, podprahová komunikácia,

12. Hlavné body, témy stretnutia, zhrnutie priebehu stretnutia:

1. Vymedzenie pojmov

Na úvod si členovia klubu vymedzili základné pojmy:

Vizuálna kultúra : "čokoľvek vizuálne vytvorené, interpretované alebo vyrobené ľuďmi, rešpektujúc funkčný, komunikatívny alebo estetický zámer"

Populárna kultúra : výsledok vzájomnej diskusie medzi masovými médiami a producentmi v kultúrnom priemysle na jednej strane a príjemcami na druhej strane o tom, ako by malo vyzerat' to, čo sa bude produkovať. Nedá sa vyrobiť, pretože sa musí stať populárnou medzi príjemcami.

Reklama : propagácia produktu- informácií alebo názorov o výrobku alebo službe, prípadne organizácii, so zameraním na potenciálny trh. Použité prostriedky môžu mať viacero foriem, napr. formu reklamy v médiách alebo priamej reklamy. Osobitným typom reklamy je internetová reklama. Je to každá platená forma neosobnej prezentácie a propagácie myšlienok tovaru alebo služieb konkrétnym investorom.

Slogan : heslo, alebo motto, ktoré pomáha upútať pozornosť k spoločnosti alebo k jej produktu. Slogan slúži na budovanie povedomia o značke, je logom v textovej podobe, umožňuje firmu hneď jednoznačne identifikovať. Najlepšie slogany sa časom stávajú synonymami pre produkty. Efektívny slogan je stručný, zapamätateľný a výstižný. Mal by opisovať samotnú podstatu prezentovaného výrobku či služby.

Billboard : reklamný nosič

Podprahové vnímanie - vnem, ktorý je podaný pod limitom uvedomelého zmyslového vnímania. Vnímajúca osoba vníma vnem, ale v danom okamžiku si ho neuvedomí. Podprahové vnímanie sa považuje za druh nevedomého vnímania.

2. Stratégie rozvoja ČG s dôrazom na netextový obsah

Členovia klubu sa zhodli v tom, že je potrebné rozvíjanie čitateľskej gramotnosti na všetkých vyučovacích predmetoch i mimo vyučovania (počas celého šk. roka), dôležitá je práca s netextovými informáciami, tabuľkami a grafmi (čítanie netextových tabuliek a grafov, spracovanie informácií, prezentácia a využitie informácií, vzťahy a súvislosti)

3. Špecifiká interpretácie obsahu a podprahovej komunikácie

Pri interpretácii obsahu textu je dôležité rešpektovať rozličné špecifiká. U žiakov je dôležité porozumenie, uvažovanie o obsahu textu, uvažovanie o forme textu. V tomto bode sa vyučujúci venovali aj podprahovej komunikácii.

4. Výmena skúseností medzi pedagógmi

V tejto časti pedagógovia diskutovali o danej téme, opísali svoje skúsenosti, identifikovali problémy a nedostatky. Mnohí žiaci majú problémy pri čítaní a výklade grafických informácií a nevedia pracovať zo získanými informáciami.

13. Závěry a doporučení:

Naše úlohy pro rozvoj ČG:

- oboznámit' sa so základnými pojmami
- zvýšiť frekvenciu práce s nesúvislými textami v jednotlivých predmetoch
- vytvoriť databázy úloh, textov a testov na škole
- naštudovať si materiály ohľadom stratégie rozvoja ČG s dôrazom na netextový obsah

14. Vypracoval (meno, priezvisko)	Mgr. Emília Šolcová
15. Dátum	12.11.2019
16. Podpis	
17. Schválil (meno, priezvisko)	PhDr. Ingrid Kerestúriová
18. Dátum	13.11.2020
19. Podpis	

Príloha:

Prezenčná listina zo stretnutia pedagogického klubu