

Z hlediska koncepčního postupuje tradiční jazykové vyučování *od jazyka ke komunikaci* a vychází z tradičních systémově-strukturálních disciplín. Představuje přehledný systém, učitelé poskytují přesně danou sumu poznatků. Jejich didaktické zprostředkování není zásadně komplikované (primárně totiž míří na pamětné osvojení, tedy nejnižší úroveň kognitivní náročnosti poznávání) a jako takové se také jednoduše ověřuje, snadno se hodnotí míra jeho zvládnutí. Přitom doposud žádný výzkum – ani náš, ani zahraniční – neprokázal, že by tento způsob výuky měl mít jakékoliv pozitivní důsledky v oblasti rozvoje komunikačních dovedností žáků (zdroje k problému viz výše). Jak jasně konstatuje D. Myhill (ová), profesorka na britské University of Exeter a řešitelka zásadních empirických výzkumů z poslední doby, které se věnovaly vztahu různých způsobů výuky mluvnice a rozvoje dovednosti psaní<sup>48</sup>, „neexistuje žádný logický, kognitivní ani vzdělávací důvod, proč by dovednost pojmenovat a určit jazykové gramatické struktury měla jakkoliv zlepšovat dovednost psaní“ (Myhill, 2018, s. 3).

Jak už bylo řečeno, za nutný pokládáme obrat didaktické perspektivy v jazykové výuce v naší škole. Proto za základní proměnu způsobu utváření vyučovacího a učebního prostředí českého jazyka považujeme postup **od komunikace k jazyku a následně od jazyka zpět ke komunikaci**. Chceme-li, aby komunikace tvořila východisko výuky češtiny, pak je třeba postavit ji do středu veškerého učitelova uvažování o plánování výuky a učebních činností ve výuce. Komunikační princip se tak stává reálným základem výuky, nikoliv jen její ozdobou či nadstavbou.

Prakticky to znamená, že základ výuky – a to nejen na úrovni jednotlivých vyučovacích hodin, ale především koncepčního uvažování o předmětu – tvoří **komunikace**, resp. komunikát jako konkrétní „hmatatelná“ realizace komunikace. Právě komunikace tvoří rámec, v němž se uskutečňuje jazyk (na rozdíl od dosavadního pojetí výuky, kdy rámec je tvořen jazykem a komunikace se uskutečňuje až v něm). Celkově je možno to, jak uvažujeme o výuce češtiny, shrnout jako postup od komunikátu (mluveného, psaného či smíšeného) k jazyku a od jazyka zpět ke komunikátu – jinými slovy, **od spontánního jazykového vědomí přes poučené jazykové vědomí ke kultivovanému jazykovému vědomí**, jež se stává vědomím standardním. Učební úlohy proto stavíme na induktivním základu.

Komunikační oblast se ale oproti tradiční strukturaci a jasně vymezenému obsahu podle rovin jazykového systému může jevit nejasná, neurčitá, těžko vymežitelná, s nezřetelnými hranicemi, složitě uchopitelná, vzhledem k velmi úzké provázanosti jednotlivých pohledů snad až chaotická. Jako taková se nejen obtížně transformuje do obsahu výuky, ale také se složitě a především pracně ověřuje a hodnotí. Rovněž klade zvýšené nároky na oborové i didaktické znalosti učitele, protože v obsahu dochází k prolínání jednotlivých rovin a aplikaci celé škály oborového i didaktického poznání. Některé pohledy na komunikační výuku navíc nabízejí vodítka zcela agramatická, čímž se dostávají do rozporu se zažitým uvažováním o jazykové výuce i požadavky kurikula a standardizovaných zkoušek. To pro realizaci komunikačního principu doposud představovalo základní hendikep, a možná i proto komunikační princip není ve výuce systematicky aplikován.

Proto jsme při tvorbě **komunikační nauky o českém jazyku**, která má být komplexní a systémovou koncepcí pro výuku češtiny jako mateřského jazyka, vycházeli z následující teze: aby komunikačně pojatý model výuky českého jazyka byl pro učitele uchopitelný a v praxi realizovatelný, je třeba, aby v něm byla dodržena **systémovost**, jež je dobrou tradicí výuky češtiny v naší škole. Chceme-li však postupovat *od komunikace k jazyku*, je třeba namísto základních systémově-strukturálních disciplín jako základu tradičního jazykového vyučování zvolit určitý **systém na úrovni komunikace**. Za ústřední systémové východisko jsme zvolili **teorii komunikačních sfér**, jak ji nejnověji popsali Hoffmannová et al. (2016; dříve Jedlička, Formánková, & Rejmánková, 1970; určité podněty též Čechová, Krčmová, & Minářová, 2008 – zde *stylová sféra / oblast*).

<sup>47</sup> Tato část čerpá z Štěpáník (2020a).

<sup>48</sup> Psaní lze považovat za jednu z nejkompexnějších aktivit, kterou žáci ve výuce vykonávají, neboť vyžaduje zapojení složitých a rozmanitých kognitivních procesů a rovněž využití sociálních a jazykových dovedností a znalostí (Myhill et al., 2011, 2012; Klimovič, 2016a). Kellogg (1999) kognitivní náročnost procesu psaní přirovnává k aktivitám vyžadujícím nejvyšší hladinu koncentrace (např. profesionální hře v šachy). Výsledky zmíněných výzkumů a tvrzení na nich založená lze proto považovat za vysoce relevantní k významu mluvnice ve výuce mateřského jazyka obecně a lze je vztáhnout i na rozvoj ostatních komunikačních dovedností (tj. mluvení, naslouchání a čtení).

Ukotvení didaktické koncepce v teorii komunikačních sfér umožňuje dostatečně zohlednit pluralitu, dynamiku a proměnlivost současné komunikace, resp. mezilidské verbálně-neverbální interakce: komunikanty a jejich identity, role či vztahy, kontextové okolnosti (místa, času, média atd.), kulturní a sociální normy a jejich proměny, cíle a záměry komunikantů, funkce a variabilitu jednotlivých jazykových kódů atd. (srov. Orgoňová & Bohunická, 2018, s. 40). Jsme přesvědčeni, že ve výuce žáků-rodilých mluvčích musí jít o poznávání **autentických komunikačních procesů**, nikoliv idealizovaných abstrakcí těchto procesů, příp. pouze jednotlivých jazykových prostředků od těchto procesů zcela izolovaných (srov. ibid., s. 29 a 49 – viz též dále).

Z komunikačních sfér, jak jsou vymezeny in Hoffmannová et al. (2016), jsme vybrali pět sfér, které pro výuku českého jazyka na ZŠ považujeme za nejpříhodnější: sféru běžné každodenní komunikace, sféru mediální a reklamní komunikace, sféru odborné komunikace, sféru institucionální komunikace a sféru zážitkové a expresivní komunikace. Sféru mediální komunikace a sféru reklamní komunikace, které Hoffmannová et al. (2016) oddělují, pro didaktické účely slučujeme do jedné, neboť v mnohém vykazují obdobné charakteristiky, a sféru literární komunikace pro didaktické účely označujeme jako sféru zážitkové a expresivní komunikace a vymezuje ji poněkud šířeji (srov. kap. 3.5).

Teorie komunikačních sfér představuje *ontodidaktické hledisko* – dle ní je komunikační obsah organizován a díky ní je zajištěna systémovost jako v dosavadní koncepci tradičního jazykového vyučování. V úvodu jsme však řekli, že na roveň ontodidaktickému hledisku klademe rozměr psychodidaktický. *Psychodidaktické hledisko* v komunikační nauce o českém jazyku představuje **kunikační záměr žáka**, který rovněž tvoří organizační činitel tohoto hlediska v celku koncepce (viz příloha). Komunikační záměr vychází z komunikační potřeby žáka, tedy toho, co dítě či mladistvý v daném věku na dané úrovni komunikačního, kognitivního a sociálního vývoje reálně potřebuje, resp. co by potřebovat mohl(o), když se dostává do komunikačních situací. Celou koncepci jsme tedy založili na odpovědích na otázku, jaké komunikační (a s tím spojené kognitivní) potřeby má (nebo by mohl mít) žák na konci 3., 5., 7. a 9. ročníku základní školy; tyto uzlové body používáme proto, že podle nich budou formulovány očekávané výsledky učení v revidovaném *Rámcovém vzdělávacím programu*. Návrh systému očekávaných výsledků učení v komunikační nauce o českém jazyku na 1. a 2. stupni ZŠ (v příloze), tedy konkrétní rozpracování teorie komunikačních sfér a komunikačních záměrů pro výuku, tvoří základní součást této příručky.

Žák své komunikační potřeby vždy realizuje v určitých komunikačních situacích. Je proto třeba ho naučit poznat tento „soubor okolností, za nichž a v nichž se odehrává řečová činnost (komunikace, řečové jednání, jazyková interakce) a které tuto činnost spoluvytvářejí a ovlivňují“ (Hirschová, 2017). Komunikační situace v navrhované koncepci tvoří její další organizační prvek a především určují výukové strategie, které učitel užívá k zprostředkování obsahu, tj. **situačnost a textocentrismus** (jejich objasnění viz dále).

Výuka připravuje žáka k účasti na životě odehrávajícím se v budoucnu; užitečnost toho, čemu se žáci učí, se jednou vyjeví sama (Klakówna, 2003; Szymańska, 2016). Jinými slovy by bylo možné tento postup vyjádřit jako *od žáka k výuce*, protože výukové a učební prostředí je vystavěno na potřebách žáka a jeho zkušenosti s užíváním jazyka, resp. jeho vnímání, resp. reflektování jazyka a přemýšlení o něm.

Důvod tohoto obratu didaktické perspektivy je zřejmý: nejde nám o „okřídlení“ tradičního jazykového učiva přívlastkem *komunikační*, jak se někdy v teorii i v praxi děje, nýbrž o umístění jazykového učiva do pozice, jaká mu skutečně náleží: jako **prostředku** (rozvoje) komunikačních dovedností. Neusilujeme o likvidaci mluvnice a její odstranění z výuky češtiny. Naším cílem je **proměna výuky českého jazyka**, tj. proměna uvažování o jejích cílech a především jejím obsahu (jenž z cílů vychází) a zrovnoprávnění ontodidaktické a psychodidaktické roviny při formování vyučovacího a učebního prostředí českého jazyka.

Schematicky by bylo možno operační přechody v komunikační nauce o českém jazyku znázornit takto:

**Schéma 5** Operační přechody v komunikační nauce o českém jazyku.



# Komunikační záměr: odhalit manipulaci a bránit se jí a rozlišovat informace dle důvěryhodnosti

## 5. ročník

### učit se rozpoznávat manipulativní komunikaci a bránit se jí

#### Problém komunikační:

rozpoznávat manipulativní komunikaci reklamy, její znaky a záměry

#### Problém jazykový:

prostředky manipulace v reklamě: oslovení, tykání, imperativ

## E

Evokujeme představy k tématu zdravý životní styl: *Co je to zdravý životní styl? Znáte některé zásady zdravého životního stylu? Označili byste svůj životní styl za zdravý? Které zásady zdravého životního stylu dodržíte? Které zásady naopak porušujete?*

Dále pracujeme s textem o zásadách zdravého životního stylu:

#### ZÁSADY ZDRAVÉHO ŽIVOTNÍHO STYLU

Z faktorů ovlivňujících naše zdraví patří životní styl mezi ty nejdůležitější. Proto i „pouhá“ změna stravovacích návyků, pohybové aktivity, spánkového rytmu a prostředí, ve kterém se pohybujeme, může výrazně pomoci snížit riziko civilizačních onemocnění, jako jsou obezita, srdečně-cévní onemocnění, cukrovka, nádorová onemocnění a další.

#### ZDRAVÁ VÝŽIVA

Základem je pestrá vyvážená strava – tedy konzumace rozmanitých druhů potravin ve vyváženém poměru.

#### Důležitá pravidla:

##### 1. Omezit konzumaci nevhodných potravin:

- omezit konzumaci živočišných výrobků (máslo, sádlo, tučné a uzené maso, mléčné výrobky s vysokým obsahem tuků – šlehačka, smetana, smetanové jogurty, majonézy, sýry nad 30 % tuku v sušině, zmrzlina...);
- minimalizovat bílé a sladké máslové pečivo – vánočka, listové těsto, loupáky, koláč, koblíhy;
- vyřadit konzumaci jednoduchých cukrů – sladkosti, dorty, čokoláda, moučníky, sušenky;
- pokrmy nesmažit, nepřisolovat, nezahušťovat jíškou, smetanou, pozor na tučné vývary;
- dostatečný příjem neslazených tekutin – 1,5–2 l tekutin průběžně po celý den;
- vyvarovat se „zobání“ – salámy pozdě večer apod.

##### 2. „Nevhodné“ potraviny nahradit „doporučenými“ potravinami:

- zvýšit konzumaci nenasycených mastných kyselin – rostlinné tuky a oleje, ryby, libové bílé maso (kuřecí, králičí), sója, nízkotučné mléčné výrobky (mléko, jogurty, tvaroh, zakysané mléčné výrobky do 3 % tuku, sýry do 30 % tuku v sušině);

- zvýšit příjem vlákniny – **každý den pět porcí čerstvé zeleniny nebo ovoce** (přispívá nejen ke snížení „špatného“ cholesterolu v krvi, ale také zlepšuje proces trávení);
- vhodný způsob přípravy jídel – vaření, pečení, dušení.

Svůj energetický příjem si můžete vypočítat pomocí aplikace nebo na internetové stránce [www.kaloricketabulky.cz](http://www.kaloricketabulky.cz).

### POHYBOVÁ AKTIVITA

Pomáhá dosáhnout přiměřené tělesné hmotnosti, zrychluje spalování tuků a zpevňuje svalstvo; dále odbourává stres, zlepšuje celkovou kondici a umožňuje zachování obratnosti a pohyblivosti do vyššího věku. Ti, kteří nejsou zvyklí sportovat, by měli zpočátku alespoň omezit používání dopravních prostředků a minimálně 30 minut denně věnovat mírné tělesné aktivitě (např. chůzi, práci na zahradě apod.) a intenzitu pohybové aktivity je potřeba postupně navyšovat.

Zdroj: <<https://www.ikem.cz/cs/zdravy-zivotni-styl/a-3367/>>; cit. 12. 12. 2019; zkráceno, upraveno.

Nejprve kontrolujeme porozumění textu, např.:

Vyberte tvrzení, která odpovídají informacím v textu:

- 1) Pro zdravý životní styl je důležitá zdravá výživa, dostatek spánku a pohyb.
- 2) Vyvážená strava znamená, že potraviny je třeba stále vážit.
- 3) Nevhodnými potravinami jsou především tuky a cukr.
- 4) Důležité informace o potravinách najdeme v kalorických tabulkách.
- 5) Vhodný způsob úpravy pokrmů je smažení.

O každém výroku je třeba diskutovat, aby učitel zjistil, jak žáci danému výroku rozumějí, jak rozumějí celému textu a zda v něm najdou pasáž odpovídající danému výroku.

Navazujeme na představy z počátku evokace: *Co nového jsme se dozvěděli o zásadách zdravého životního stylu?* S ohledem na následující fázi rozebíráme především problematiku cukru ve výživě.

## U

Přecházíme k problematice reklamy. *Znáte nějaké reklamy na potraviny? Jak zdravému životnímu stylu odpovídají potraviny nabízené v reklamách? Nechali jste se vy nebo vaši rodiče někdy zlákat reklamou?*

Přecházíme k předmětu vybraných reklam: *Máte rádi cereálie? Považujete cereálie za zdravé? Jak jsou prezentovány v reklamách?* Pracujeme s reklamami, které cílí na děti (zde vybíráme reklamy na cereálie a na cukrovinky, které se snaží vyvolat dojem, že jsou zdravé).

Přepisy uvádíme pro uživatele této příručky, práci ve výuce doporučujeme ponechat na rovině audiovizuálních ukázek.

### Skořicovým CINI MINIS nelze odolat!

To je potěšení, užívat si Cini Minis s teplým mlékem. Skořicová chuť se stává tak lahodnou, že se vašim Cini Minis jednoduše nedá odolat. Vyzkoušej také tyčinky Cini Minis. Šíleně skořicové.

Zdroj: <<https://www.youtube.com/watch?v=QPlxOc0xmDE>>; cit. 16. 12. 2019.

### Nestlé FITNESS mise: Jez pozitivně!

Důležité je mít pestrý jídelníček, ne jíst méně. Důležitá je správná strava, ne hladovka. Dej si Fitness! Obsahují celozrnné cereálie, vlákninu a kvalitní ingredience. My ve Fitness věříme, že pokud jíš pozitivně, i tvůj život bude pozitivní. Zapoj se do naší mise! Žij pozitivně!

Zdroj: <<https://www.youtube.com/watch?v=RTg0HFVV9Q>>; cit. 16. 12. 2019.

## Kinder mléčný řez

Matka: Já a moje dcera. Ona sní o tom, že bude malířkou, a já stále chodím do školy. Ona je velmi šikovná s obručí, já jsem neporazitelná v překážkovém běhu. Ona dobře běhá a já jsem zdatná ve vzpírání. Ona potřebuje něco jednoduchého a dobrého, já mám radši něco svěžšího s lehkou chutí. Mužský hlas: Kinder mléčný řez – mléko, med a piškot. Kinder mléčný řez – tak jednoduchý, jak vypadá.

Zdroj: <<https://www.youtube.com/watch?v=7TcHUqu5RU4>>; cit. 16. 12. 2019.

*Jaký dojem o zmíněných výrobcích se reklamy snaží vyvolat?*

*Jak toho docilují? Vedeme žáky k jednoduché reflexi toho, jak s námi reklama komunikuje, a to jak z audiovizuálního, tak jazykového hlediska. Všímáme si výběru slovní zásoby, která navozuje pozitivní představy (užití adjektiv, např. *pestrý, důležitý, správný, pozitivní, lahodný*, ale též substantiv, např. *potěšení*, nebo sloves, např. *užívat si*). Proč autoři reklamy používají tolik přídavných jmen? Jakou mají přídavná jména funkci? S tím rovněž souvisí útok na všechny smysly (např.*

*teplé mléko, skořicová/svěží lehká chuť). Dále zaměřujeme pozornost žáků na formy imperativu (Dej si Fitness! Žij pozitivně! Vyzkoušej...!), paralelismus formy (Ona chce být malířkou, já chodím do školy, ona je šikovná, já rychle běhám, ona běhá, já vzpírám atd.), reflektujeme jejich funkci. Zajímavý je též prostředek jazykového humoru, totiž spojení šíleně skořicové, značně frekventované spojení slov se záporným a kladným významem, které je logicky neobhajitelné, avšak v mluvě dětí a mládeže značně frekventované (Já mám tu holku strašně rád; On je hrozně hezký kluk apod.).<sup>82</sup>*

*Jsou v reklamách dané výrobky výslovně označeny jako zdravé? Když nejsou, jak je možné, že v nás dojem toho, že zdravé jsou, vyvolávají? Soutědíme se na vizuální složku reklam (postavy se usmívají, působí energicky, zdravě) a též výběr slovní zásoby (zdravé složky výživy, např. *celozrnné cereálie, vláknina, mléko, med* apod., či slova cizího původu, např. *cereálie, ingredience*, které mají vyvolat dojem odbornosti). Vybrané výrobky jsou představeny jako zdravé. Ale je tomu tak ve skutečnosti? K zodpovězení této otázky používáme štítky s nutričními hodnotami na obalech od cereálií. Jaké je složení vašich oblíbených cereálií? Porovnejte zjištěné údaje zvláště o množství tuku a cukru v cereáliích s tabulkou doporučeného množství živin:*

### Doporučené denní dávky živin

Výživový faktor	Kojenci		Předškolní věk		Školní věk		
	0–6 měs.	7–12 měs.	1–3 roky	4–6 let	7–10 let	11–14 let	
						chlapci	děvčata
Energie (kJ)	2600	3600	5500	7000	9000	10500	9500
Živočišné bílkoviny (g)	16	22	30	40	45	50	45
Rostlinné bílkoviny (g)	4	8	15	20	30	40	45
Sacharidy (g)	68	117	193	234	316	368	330
Tuky (g)	30	30	40	55	65	75	70
Vláknina (g)	2	4	10	14	17	20	18
Vápník (mg)	700	900	900	900	1100	1200	1200
Železo (mg)	8	10	10	12	14	16	18

Zdroj: <[https://www.wikiskripta.eu/w/Doporu%C4%8Den%C3%BD\\_p%C5%99%C3%ADjem\\_%C5%BEivin](https://www.wikiskripta.eu/w/Doporu%C4%8Den%C3%BD_p%C5%99%C3%ADjem_%C5%BEivin)>; cit. 12. 12. 2019.

<sup>82</sup> Srov. <<http://www.ujc.cas.cz/jazykova-poradna/dotazy/0211.html>>; cit. 16. 12. 2019.

Zjištěné informace porovnáváme také s krátkým videem, kde se o složení cereálií dostupných na našem trhu hovoří (srov. např. Mgr. Alexandra Košťálová ze Státního zdravotního ústavu<sup>83</sup>). *Přináší reklama pravdivou informaci o potravine?*

Reflektujeme zjištění: *Jsou v reklamě některé údaje pravdivé? Proč reklama cereálie tak vychvaluje, proč tvrdí, že jde o zdravou potravinu? Co je cílem reklamy? Je to péče o zdraví zákazníků? Na koho reklama cílí? Jaký má cíl? Jaká je funkce reklamy? Čím se nás snaží získat? Směřujeme k tomu, že funkcí reklamy je přesvědčit adresáta a získat ho ke koupi výrobku.*

Můžeme pracovat i s jinými reklamami, které cílí na děti – časté jsou např. marketingové akce řetězců, kdy lze za nasbírané body získat hračky:



Zdroj: <<https://www.billa.cz/angry-birds>>; cit. 14. 12. 2019.

<sup>83</sup> Zdroj: <<https://supermamy.maminka.cz/clanek/pro-zeny-super-mamy-materstvi-vyziva-deti/340656/test-cerealiivetsina-z-nich-se-prodi-vubec-nehodi-obsahuji-moc-cukru-i-tuku.html#327019>>; cit. 14. 12. 2019.



Zabýváme se funkcí komunikátu: *Co je cílem této reklamy? Na koho primárně cílí?* a rovněž ukazujeme, jakým způsobem se reklama přizpůsobuje užitými jazykovými prostředky své cílové skupině: *Jak se cílová skupina odráží v jazyku reklamy?* Všimáme si např. užití imperativu, jímž reklama vybízí k akci (*posbírej, užij si, zatoč, vyhraji*), tykání, které má za cíl vyvolat blízkost a především je znakem zaměření na mladého příjemce, ale také volby slovní zásoby, která vzbuzuje pozitivní emoce (*oblíbený, hromada zábavy*). Zajímavé jsou též jazykové prostředky užití v promluvách jednotlivých postav z počítačové hry *Angry Birds*, které se zcela přizpůsobují mluvě dětí a mládeže. Zároveň i zde jsou užití jazykové prostředky, které mají funkci navození vztahu mezi autorem (zde jakoby postavou z *Angry Birds*) a dítětem (očekávaným příjemcem): řečnická otázka (*Že mě nechytíš?*) nebo 1. os. mn. č. (*co všechno spolu zažijeme*).

Zcela postačuje, když to žáci popíší vlastními slovy. Učitel si tím ověřuje, jestli žáci cílového příjemce a jednotlivé jazykové prostředky užití vzhledem k cílovému příjemci „vidí“, pojmenování jednotlivých prostředků pak dodá jako završení poznávání. Z tohoto postupu je zřejmé, že cílem je poznání jazykových *pojmu* a jejich funkce vzhledem ke komunikační situaci a komunikačnímu záměru autora, nikoliv jazykovědná terminologie.

A do třetice příklad reklamy, která je sice určena pro dospělé, ale vzhledem k tomu, že se v ní vyskytuje častý motiv z pohádek, totiž zlatá ryba, je použitelná už na 1. stupni ZŠ. Navíc tím už v základu upozornujeme na důležité téma finanční gramotnosti.

#### **Equa bank – Splňte si svá přání s Minutovou půjčkou**

Potřebujete rychle peníze? Půjčte si u Equa bank. Je to pohádkově snadné.

„Bankéř“: Zdravím, přejete si?

„Rybář“: No právě, přeju, novou kuchyň. A ta zlatá ryba nefunguje.

„Bankéř“: Nechte to plavat a splňte si přání s Minutovou půjčkou.

...

Než se nadějete, peníze máte na účtu. Je to pohádkově snadné, spočítejte si splátky ještě dnes na equabank.cz.

Zdroj: <[https://www.youtube.com/watch?v=Vt6XC\\_LqxLU](https://www.youtube.com/watch?v=Vt6XC_LqxLU)>; cit. 16. 12. 2019.

*Co myslíte, je opravdu lepší mít pohádkovou zlatou rybu, která vám splní tři přání, nebo si výhodně půjčit peníze v bance? Uvedte argumenty pro své řešení. Jak byste svým rodičům poradili? Je opravdu pohádkově snadné půjčit si peníze?*

Reflektujeme též jazykové aspekty dané reklamy. *Zaujala vás reklama? Čím? Oslovuje nás nějak? Snaží se s námi navázat nějaký kontakt?* Hovoříme o využití pohádkových postav v reklamě, otázek nejen v dialogu, ale také jako prostředku zahrnutí příjemce, tutéž funkci má 2. os. mn. č. Za pozornost opět stojí výběr slovní zásoby či užití imperativu.

*Co je společné všem těmto reklamám?*

## **R**

Reklama nás k něčemu nabádá, chce nás pro něco získat, chce, abychom něco udělali. K tomu využívá mj. rozkazovacího způsobu.

Přináší některé pravdivé údaje, čímž dokládá svou věrohodnost, jejím záměrem však není prospěch adresáta, nýbrž zájem ekonomický: prodat výrobek, získat odběratele apod. Shrnujeme další jazykové prostředky, které k tomu reklama využívá, pozorujeme jejich funkci a vztah komunikačního záměru k užívanému jazyku. Podstatné je také grafické zpracování, ev. jakékoliv zvukové či vizuální doplnění.



# uvědomovat si základní prvky persvaze v mediálních produktech (složené komunikáty); rozpoznávat základní manipulativní techniky

### Problém komunikační:

skrytá a zjevná reklama, manipulace na sociálních sítích; prvky persvaze; přizpůsobení kódu komunikační situaci (zvláště očekávanému recipientovi) a komunikačnímu záměru

### Problém jazykový:

anglicismy, emotikony/emoji<sup>85</sup>; 1. osoba j. a mn. čísla; hashtagy; expresivita a nespisovnost na sociálních sítích; navázání kontaktu s očekávaným uživatelem sociální sítě prostřednictvím užívaného jazyka a komunikační účinek výběru jazykových prostředků

## E

Diskusí na téma sociální sítě evokujeme zkušenosti žáků a diagnostikujeme terén: např. *Máte účet na některé ze sociálních sítí? Proč jste si ho založili? K čemu ho využíváte? Koho pravidelně sledujete? Proč? Co se vám na něm líbí? Označili byste někoho z nich za influencera? Jak byste popsali vliv, který má na své příjemce?*

## U

Nabízíme žákům tři fotografie z instagramového účtu influencerky Nikolý Čechové (shopaholicnicol; post z 31. 10. 2019, jedná se o jeden post složený ze tří fotografií). *Co na fotografiích vidíme? Jak byste fotografie charakterizovali? Jaká by mohla být Nikolina motivace, aby si tyto fotografie dala na svůj instagram? Uznáváme jakoukoliv odpověď, domněnky žáků naopak rozvíjíme dále. Možná některý z žáků již v této fázi navrhne, že se jedná o propagaci – žáci ve světě sociálních sítí žijí, instagramery sledují, s fashion posty se proto setkávají, zvláště dívky je cíleně vyhledávají.*

Případně kohokoliv jiného, koho momentálně žáci nejvíce sledují. Náš výběr je podmíněn zkušeností s žáky v 6. ročníku ZŠ.



Zdroj: <<https://www.instagram.com/p/B4SauJsJO8a/>>; ořez; cit. 1. 11. 2019; instagramový účet shopaholicnicol, post z 31. 10. 2019.

<sup>85</sup> Obrázkové znaky v textu, které nezastupují pouze emoce (jako emotikony), ale řadu dalších symbolů (např. povolání, státní vlajky, různé postavy či předměty atd.).



Zdroj: <[https://www.instagram.com/p/B4SauJsJ08a/](https://www.instagram.com/p/B4SauJsJ08a/;)>; cit. 1. 11. 2019; instagramový účet shopaholicnicol, post z 31. 10. 2019.

Pokračujeme zkoumáním korespondence fotografie a textu. *Jaká je souvislost mezi fotografií a textem? Jaký je účel postu?* Žáci nepochybně přijdou na to, že se jedná o reklamu. *Jak je reklama označena?* Pokračujeme srovnáním s jinou fotografií z téhož účtu:



Zdroj: <<https://www.instagram.com/p/B4Al6NiJtf2/>>; cit. 1. 11. 2019; instagramový účet shopaholicnicol, post z 24. 10. 2019.

*Jaký je účel tohoto postu?* Opět zde jde o reklamu, tentokrát však autorka reklamu označuje jako placené partnerství s konkrétní firmou. Tento moment dále rozvíjíme. *Jaký je vhodný způsob k označení reklamy? Který vám přijde vhodnější? Jak na vás oba posty působí? Jak na vás působí ten který způsob označení propagace? Může mít influencer nějaký důvod k tomu, aby reklamu otevřeně nepřiznal, tedy neoznačil ji jako reklamu?*

*Jaká je v prvním případě funkce hashtagů?* Žáky vedeme k tomu, že reklama v podstatě není nijak označená, jedná se o reklamu skrytou. Hashtag nelze chápat jako označení reklamy v plném slova smyslu, a to proto, že jeho funkcí je proklik na další příspěvky označené identickým hashtagem. Firma je v hashtagu označena jaksí mimochodem, z formy postu není zcela zřejmé, že se jedná o reklamu,

nicméně autorka svým vlastním příkladem chválí určité zboží (kožich a silonky) a je zřejmé, že hashtag slouží jako reklama na místo, kde dané zboží nakoupila. Jde však o reklamu skrytou, a jako takovou v podstatě nebezpečnou – zvláště při vědomí si cílové skupiny influencerky (dívký teenagerky, u nichž je značný předpoklad, že se s influencerkou identifikují, příp. by rády byly jako ona). Oproti tomu je reklama v druhém případě zcela zřetelná.

Shrnujeme získané informace a generalizujeme poznání: *Jaký je rozdíl mezi zjevnou a skrytou reklamou? Jaké mohou být jejich charakteristiky?*

Dále pokračujeme reflexí jazykové složky. Za tímto účelem přidáváme posty dalších influencerů (zde k postům Nikolý Čechové přidáváme post Karla Kováře alias Kovyho):



Zdroj: <<https://www.instagram.com/p/B3ryq7ehxFt/>>; cit. 1. 11. 2019; instagramový účet kovy\_gameballcz, post z 16. října 2019.

Nejprve evokujeme cílové skupiny instagramových profilů daných influencerů. Pozornost žáků následně zaměříme na jazykovou složku postů: *Které jazykové prostředky influenceři ve svých postech používají? Jak byste je obecně charakterizovali? Čím konkrétně se způsob vyjadřování influencerů vyznačuje?* Žáci bezesporu přijdou na to, že influenceři používají emotikony, anglicismy, hovoří buď o sobě (1. os. j. č.) nebo o nás (1. os. mn. č.) či vás (2. os. mn. č.), že se jejich kód vyznačuje krátkými větnými celky a jejich velmi malou návazností, celkovou zkratkovitostí a eliptičností. Zkoumáme především funkci jazykových prostředků v komunikaci influencerů – jakou roli v komunikaci s očekávaným recipientem plní.

Např. v případě Nikolý Čechové způsob jejího vyjadřování vynikne v kontrastu její očekávané skupiny (především dívký v 6.–8. ročníku ZŠ) s jejím reálným věkem (narozena r. 1989).

Žáci pochopitelně tento termín zřejmě nepoužijí (řeknou, že „autorka něco vynechává“, „něco neříká, protože už z dřívějšího je jasné, co myslí“ apod.). Vždy, když hodnotíme využití jazykových prostředků, pohybujeme se především na úrovni pojmu. (Pokud už byly dané jevy dříve exponovány, lze samozřejmě od některých žáků očekávat i využití příslušného metajazyka). Je ale zásadní, aby všichni žáci porozuměli extenzi pojmu – proto jsou žákovská vysvětlení zvláště cenná. Právě ona totiž ukazují, zda žáci problému skutečně rozumějí. Odříkání naučené definice neukazuje nic o tom, zda žák problém skutečně chápe, zda by byl schopen danou znalost jakkoliv využít. Vysvětlení vlastními slovy žáků učitel dále rozvádí, čímž rozvíjí uvažování žáků o jazykových jevech, nasazuje na ně další poznání, systemizuje ho, až na konci pak zavádí termíny a pojmy jejich pomocí fixuje.

## R

Ve fázi reflexe generalizujeme nejen prvky skryté a zjevné reklamy, ale především reflektujeme pří-  
způsobování kódu vzhledem ke komunikační situaci (s důrazem na očekávaného recipienta) a komu-  
nikačnímu záměru (mj. s cílem persvaze).

## 9. ročník

## uvědomovat si manipulaci v mediálních produktech; odhalit hoaxy, fake news (v základní podobě); rozlišovat zdroje informací

### Problém komunikační:

manipulace, záměrné lhaní, mlžení, jazy-  
ková agresivita, propaganda, dezinforma-  
ce, hoax; manipulace obrazem

### Problém jazykový:

jazykové prostředky poplašných zpráv: imperativ, hro-  
madění vykřičníků či otazníků, hromadění ukazovacích  
zájmen, expresivita

Postupujeme od problému manipulace s obrazem, jež lze pokládat za propedeutiku k širším problé-  
mům. Ve výuce lze použít upravované fotografie, které tentokrát mají výslovně manipulativní účel  
a které by bylo možno označit za hoax. Pracujeme též s texty, které hoaxy doprovázejí.

## E

Představy žáků evokujeme upravenou fotografií. *Co vidíte na fotografii? Jaký dojem ve vás vyvolává?  
Co chce fotografie ukázat? Kde bychom takovou fotografii mohli nejspíš najít?*



Zasazujeme fotografii do konkrétního komunikačního kontextu  
a zkusíme přiřadit možný zdroj: *Představte si, že jste danou fotku  
našli na facebooku. Kdo ji mohl postovat? Kdo by mohl být jejím  
autorem? Napište text, který by ji mohl doprovázet.* Tím, že žákům  
poskytneme čas na vytvoření textové části, nejenže evokujeme  
jejich smýšlení o dané fotografii, ale také sledujeme korespondenci  
mezi fotografií a verbálním textem, v podstatě tedy porozumění  
obrazu. ●

*Odkud myslíte, že fotografie  
skutečně pochází?  
Kdo je jejím autorem?* <sup>86</sup>

Obraz i text tedy vnímáme  
jako rovnocenné komunikáty.

Zdroj: <<https://www.forum24.cz/uprchlici-v-chebu-znamy-hoax-se-vraci-a-opet-ma-uspech/>>; ořez; cit. 8. 11. 2019.

<sup>86</sup> Vzhledem k tomu, že se jedná o hoax, je příznačné, že autor ani původní zdroj nejsou dohledatelné. Vedeme žáky ke skutečnému  
ověření toho, co je na železnici (ne)bezpečné. Jako zdroje mohou žákům posloužit relevantní materiály se železničářskou tematikou,  
někdo v žákově okolí, kdo pracuje na železnici, anebo dotaz přímo v železniční stanici v místě, kde žáci žijí. Úkol má také širší  
výchovný rozměr.



# Komunikační záměr: přihlásit se někam, zaregistrovat se někam

## 3. ročník

rozumět jednotlivým položkám v základních formulářích přiměřených věku;  
správně vyplnit základní formuláře

### Problém komunikační:

získat informaci z tabulky, umět vložit informaci do tabulky = vyplnit jednoduchý formulář, formulář jako slohový útvar

### Problém jazykový:

čtení nelineárního textu; podstatná jména slovesná, vlastní jména, klíčová slova; slovtvorba – skládání

## E

Evokujeme otázkami: *Co je formulář? Znáte nějaké formuláře? Setkali jste se někdy s nějakým formulářem? Co jste do něj zapsali? / Jakým způsobem ho tatínek/maminka vyplnil(a)?* apod. Uvedené otázky (popř. i další podobné podle potřeby) mají motivační funkci, cílem je, aby si žáci uvědomili existenci formulářů, jejich různý obsah, ale přitom podobnou formu, kterou charakterizuje heslovitost, stručnost, přesnost vyjádření, a hlavně funkci, tj. referovat o něčem (např. rozvrh hodin, poštovní podací lístek apod.) nebo o někom (první stránka žákovské knížky, přihláška do knihovny, žádost o něco aj.). Už zde tak v základech žáky seznamujeme s dominantní funkcí administrativních komunikátů, totiž s funkcí konativní (Hoffmannová et al., 2016, s. 159).

## U

Pro vyvození charakteristiky a funkce formulářů je třeba vybrat formulář, s nímž mají všichni žáci nesporně osobní zkušenost – doporučujeme rozvrh hodin, na začátku netypický:

Po	prskání a jezení	běhání	poslouchání dětí ve škole	myš	polední odpočívání	šplhání po stromech
Ú	protahování	předení	padání	uzená myš		kontrola střech, půd a vikýřů
St	kroucení očí	mňoukání	krasoškrab	míchaná myš		natahování fousů
Č	kličkování	broušení drápků	skoky daleké	mléko		kočičí zpěv
Pá	čištění kožíšků	čihání	cizí jazyky: hařština, rybština	myš na houbách		chytání myši
So	kočičí výpravy do neznáma			ryba		generálka na noční koncert
N	dopolední kočičí lenošení			myš v čokoládě		odpolední kočičí lenošení

Nejprve ověřujeme základní porozumění předloženému komunikátu: *Poznali jste formulář? Co obsahuje? Komu je asi určen? Jak ho můžete nazvat? Co všechno umíte z formuláře vyčíst?*

Žáci jistě poznali kocouří rozvrh hodin. V učebnici, z níž je převzat, vystupovali kocouři Fous a Drápek, kteří chodili do školy. *Uměli byste nazvat jednotlivé rubriky jejich rozvrhu hodin? Odhadujeme obsah jednotlivých předmětů: Co se kocouři asi učí v předmětu padání / kočičí zpěv / natahování fousů / krasoškrab atd.?* Kontrolujeme porozumění některým potenciálně neznámým slovům (např. vikýř).

Následně formu daného formuláře převádíme do roviny osobní zkušenosti žáků: *Máte také podobný formulář? K čemu ho používáte? Proč se takový rozvrh hodin vytváří? Kdo ho sestavil? Co ve vašem rozvrhu hodin ve srovnání s kocouřím rozvrhem není? Proč to ve vašem rozvrhu hodin není?* atd. Není nadnesené předpokládat, že žáci uvedou, že jde o rozvrh hodin pro nějakou kočičí školu a že budou jmenovat některé kočičí vyučovací předměty. To potvrdíme sdělením o původu uvedeného rozvrhu hodin a představíme kocoury Fouse a Drápka.

Důležité je dovést žáky k *zobecnění* popisu rozvrhu, např. otázkami: *Jak lze souhrnně nazvat Po, Ú, St, Č, Pá?* (dny v týdnu), *prskání a jezení, protahování, předení* atd. (vyučovací předměty), v rozvrzích žáků dále označení vyučovacích hodin číslicemi apod. Zobecnování totiž patří k nejobtížnějším kognitivním operacím, a je proto třeba využívat každé příležitosti k jeho rozvíjení.

Práci s kočičím rozvrhem je možné zapojit do širšího kontextu práce s dalšími zdroji a rozvíjet tak další kompetence, a to nejen v oblasti čtení. Např. *padání* – budou žáci vědět, že kočka padne vždy na nohy? K ověření lze využít encyklopedii nebo jinou publikaci věnovanou kočkám. *Krasoškrab* – analogie ke *krasopis* – zde je možno pracovat s ukázkami starých písanek, popř. vysvědčení, kde byl krasopis samostatně známován.

Porovnáváme kocouří rozvrh se školním rozvrhem našich žáků: zamýšlíme se nad absencí jídelničky, organizace sobot a nedělí, možná i odpoledního vyučování, především pak nad rozdílností předmětů. Můžeme hovořit o tom, zda žáci již slyšeli o dalších předmětech, které je čekají ve vyšších třídách, a zda mají představu, co se v nich asi učí.

Řešením učební úlohy rozvíjíme různé kognitivní operace: dedukci, analogii, komparaci atd.

Slovo *krasoškrab* lze využít k přesahu do slovo tvorby, konkrétně do problematiky skládání. *Jak jste přišli na to, co toto slovo znamená? Z čeho je toto slovo utvořeno? Přišli byste na další slova v češtině, která jsou utvořena podobným způsobem?* Odhadujeme význam na základě formy, představujeme skládání jako jeden ze slovo tvorných procesů v češtině, můžeme též ukázat, jak složeniny vznikají.

Další postup je založen na konfrontaci nelineárního textu tabulky a lineárního souvislého textu. Žáci pozorují texty, hovoří o tom, co obsahují. Porovnávají uvedený rozvrh s rozvrhem své třídy, posuzují, zda mají stejné předměty, zda jsou stejnou dobu ve škole nebo např. zda mají odpolední vyučování. Pak soustředíme jejich pozornost na konfrontaci rozvrhu v tabulce a rozvrhu v souvislém textu.

Porovnejte následující texty:

### 3. A Rozvrh hodin

	1	2	3	4	5
Po	Aj	Čj	M	Pr	Čj
Ú	Čj	M	Pr	Vv	Vv
St	Čj	M	Aj	Pr	Pč
Č	Tv	Tv	Čj	M	Čj
Pá	Čj	Aj	M	Čj	Hv

### 3. A Rozvrh hodin<sup>100</sup>

Žáci 3. A chodí do školy pět dní v týdnu. Každý den mají 5 vyučovacích hodin. Každý den mají český jazyk a matematiku, ale hudební výchovu mají jen v pátek. Na tělocvik chodí do velké tělocvičny ve čtvrtek, kdy mají dvouhodinovku. Dvě hodiny mají také prvouku, ale každou hodinu zvlášť, zatímco tělocvik mají obě hodiny najednou. Tu prvouku mají v úterý a v pondělí. Také mají pracovní činnosti, ale jen jednu hodinu, a to ve středu. Dvouhodinovku mají ještě v úterý na výtvarnou výchovu. Kromě českého jazyka mají též anglický jazyk, tři hodiny týdně, což je podstatně méně než 8 hodin českého jazyka. Ten český jazyk a matematiku mají nejčastěji první a druhou vyučovací hodinu.

<sup>100</sup> Zcela záměrně zde používáme formálně nedokonalejší text. Pracujeme s autentickým žákovským textem, jenž má potenciálně vyšší motivační hodnotu a především zasahuje přímo do způsobu komunikace žáka ve 3. ročníku ZŠ.

Nejprve reflektujeme obsah textů: *Obsahují oba texty totéž? Co je stejné? Co je jiné?* Následně přecházíme k formě: *Který z textů se vám lépe čte?* Pokud žáci budou tvrdit, že rozvrh hodin v tabulce se „nedá číst“, protože „číst se dají jen slova nebo věty“, pokusíme se je přivést k poznání, že čtením se např. získávají informace. *Získali jste nějaké informace z rozvrhu v tabulce? Ano, takže jste vlastně četli.*

Záměrně zařazujeme také otázku na identifikaci toho, co je stejné, mnohdy se totiž až příliš soustředíme pouze na hledání rozdílů, aniž bychom dostatečně vnímali totožnosti.

V souvislém textu je navíc informace o velké tělocvičně. *Dala by se tato informace nějak zachytit v rozvrhu v tabulce?*

Po přečtení souvislého textu vyzveme žáky, aby zopakovali obsah rozvrhu, aniž by se podívali znovu do textu nebo do tabulky nad ním. Patrně si zapamatují jen něco. Vyzveme je, aby si znovu pořádně prohlédli rozvrh v tabulce, pak tabulku zakryli a řekli, co si zapamatovali. Měli by si toho zapamatovat víc než ze souvislého textu. Pak teprve položíme další otázku: *Ve kterém textu je vyhledání informací rychlejší? Čím je to způsobeno?* Z různých žákovských odpovědí je třeba zdůraznit přehlednost jako jednu ze základních vlastností formuláře.

Vedeme žáky k **funkci** různé formy sdělení.

Od úkolů zaměřených recepčně přecházíme k úkolům produkčním: *V tabulce/formuláři najdeme jen ty nejdůležitější informace, jsou přehledně uspořádané. Proto také používáme formuláře jako přihlášky, třeba do místní knihovny. V přihlášce uvádíme nejdůležitější informace o sobě. Uměli byste takovou přihlášku vyplnit? Co znamenají jednotlivé rubriky?*

#### Přihláška čtenáře místní knihovny

Jméno	Příjmení	Povolání
Bydliště		
Telefon	Podpis	

Můžeme vyplňovat formuláře rukou, nebo je nutné je vyplnit na počítači? *Když budete vyplňovat formulář rukou, který typ písma zvolíte a proč?* Žáci mohou preferovat elektronický způsob vyplňování formulářů vzhledem k rychlosti tohoto způsobu. Pro vyplňování rukou je třeba užít *hůlkové písmo* pro zajištění čitelnosti písma. S názvem *hůlkové písmo* je nutno žáky seznámit, na mnohých formulářích je totiž uvedena instrukce „vyplňujte hůlkovým písmem“. Žáci si též uvědomí *čitelnost* písma jako důležitý znak rukou vyplňovaných formulářů.

Už ve 3. ročníku ZŠ žáky můžeme seznámit s možností vyplnit formulář na internetu.

## R

Ve fázi reflexe shrneme získané poznatky. *Jaké jsou základní vlastnosti formulářů? Čím se odlišují od jiných textů, které máme třeba v čítance? Co si musíme zapamatovat o způsobu jejich vyplňování?* Vedeme žáky k tomu, aby si osvojili, že formuláře obsahují heslovité, jasné, přesné a stručné informace o nějaké věci nebo osobě, jsou přehledné, takže se v nich čtenář snadno orientuje, pokud jsou vyplněné rukou, musejí být čitelné. *V čem se projevuje heslovitost a stručnost formulářů?* Např. takto



položenou otázkou vedeme žáky k poznání **funkce** užitých jazykových prostředků (souvislosti jazykového prostředku a jeho účinku): formuláře mohou obsahovat zkratky, tj. jen několik písmen místo celých slov. Např. dny v týdnu mohou být označeny jen *Po, Ú, St* atd. *Proč třeba pro pondělí nestačí jen P?* Zavádíme pojem zkratka.

Pro expozici pojmu to v této chvíli stačí, k termínu se vrátíme ve vyšších ročnících.

Vyjadřujeme se rovněž k slovním druhům užitým v textu: *Pozorujte slova čtení, běhání, mňoukání. Od čeho jsou utvořena? Vedeme žáky k tomu, že jsou utvořena od sloves číst, běhat, mňoukat. Jaký je rozdíl, když řeknu čtení, běhání, mňoukání a čtu, běhám, mňoukám? Proč nejsou v textu uvedena slovesa, ale podstatná jména? Podíváme-li se na formuláře, s nimiž jsme v hodině pracovali, který slovní druh v nich převažuje?* Termín *podstatná jména slovesná* můžeme zmínit, ale nevyžadujeme jej.

Slovesa vyjadřují děj, ale na tato podstatná jména jako na deverbativa můžeme ukázat to (čtení), to (běhání), to (mňoukání). Pokud žáci mají s problematikou slovních druhů problémy, raději podstatná jména slovesná vynecháme.

### 3. ročník

## rozumět jednotlivým položkám v základních formulářích přiměřených věku; správně vyplnit základní formuláře

#### Problém komunikační:

charakterizovat znaky nelineárního textu, porozumět jednotlivým údajům /položkám, doplnit pravdivě chybějící údaje (vyplnit jednoduchý formulář)

#### Problém jazykový:

písemný projev – čitelné písmo, čtení nelineárního textu, vlastní jména, klíčová slova

## E

Připravíme si pro žáky úvodní list ze žákovské knížky. Vybízíme žáky k pozorování: *Řekněte, co vás napadá, když se na tento list díváte. Odkud by takový list mohl být? K čemu by mohl sloužit?* Následně směřujeme k analýze pozorování.



Název a adresa školy:

Třídní učitelka:

Školní rok:

Třída:

Jméno a příjmení žáka:

Datum narození:

Bydliště:

Jméno a příjmení zákonného zástupce:

Telefonní spojení na zákonného zástupce:

Důležité poznámky:

## 4.3.1 Příprava na hodinu s ohledem na žáky se SVP

Východiskem individualizace i motivace žáků se SVP budiž komunikační zkušenost nebo reálná komunikační potřeba.

### První zásada: názornost

Komunikační zkušenost i reálná komunikační potřeba žáka se SVP je pro nás východiskem pro funkční individualizaci a zároveň nástrojem aktivizace/motivace žáka. Výuka konstruovaná na základě reálných znalostí a dovedností, osobního prožitku či žákovy afektivní zkušenosti, jež může mít smyslovou podobu, umožňuje realizaci jazykové edukace v sociální interakci, při níž dochází k přirozenému rozvoji komunikačních dovedností žáků a zároveň se vytváří prostor pro realizaci komunikačně pojatých vzdělávacích výstupů v RVP. Naplňování mnohých tradičních cílů současné výuky češtiny – např. precizní osvojení pravopisných pravidel, znalost metajazyka, (sou)větné rozborů pomocí tzv. grafických znázornění apod. – nejsou s ohledem na psychodidaktická a neurolingvistická zjištění pro (některé) skupiny žáků se SVP zásadněji účelné: např. dobré osvojení pravopisné normy je důležité pro žáky se zrakovým postižením, kteří se mohou profesně orientovat na taková povolání, která lze vykonávat z domova a jsou založena na práci s textem v počítačích s hlasovým výstupem, například překladatelé, spisovatelé, korektoři apod., na rozdíl od žáků s LMP, jejichž potřeby jsou (nejen ve směru k pravopisu) mnohem omezenější.

Četné příklady z vyučovací praxe dokládají (např. Eliášková, 2019, s. 193–207; Zelinková, 2003, s. 41–49, aj.), že metodická úvaha učitele mateřského jazyka neustále usilovat o nápravu neúspěchu žáků se SVP v rovině lingvistického popisu jazyka není racionální. Naopak se ukazuje jako nezbytné hledat způsoby k podněcování dětí s těmito problémy ke komunikaci, v pragmatické rovině jazyka, aby se lépe orientovaly v okolním světě (srov. Eliášková, 2018, 2019; Titzl, 2016; Hlebová et al., 2016, aj.). Založíme-li hodinu na konkrétní autentické komunikační zkušenosti, která je žákům známá (strategie situačnosti – viz výše), zvyšujeme šance žáka se SVP na zapojení do průběhu výuky, a především porozumění problematice i dorozumění se o ní, a tudíž také jeho úspěch. Vzhledem k tomu, že tyto postupy zřetelně preferujeme i u žáků intaktních, možnost zapojení žáků se SVP do běžné výuky ještě zvyšujeme.

Podstatu konstruktivistické diferenciací učení představujeme na níže uvedeném příkladu, jenž slouží jako ilustrativní ukázka možného způsobu didaktického uvažování učitele češtiny nad přípravou výukového postupu akceptujícího komunikační zkušenost žáka jako východisko a motivační zřetel k didaktické transformaci obsahu. Primární impuls pro formování výukového postupu vzešel z reálné komunikační situace, v níž se učitelka (K. Eliášková) se svými zrakově postiženými žáky v 1. ročníku SOŠ ocitla při návštěvě školní lékařky. Krátce po příchodu do čekárny vychází z ordinace sestra a volá prvního z žáků na vyšetření. Do této situace vstoupí s prosbou o přednostní vstup do ordinace distributorka léčiv. Komunikační situaci níže přepisujeme:

1. krok: Připravíme si vhodnou reálnou komunikační situaci (tj. komunikát psaný nebo mluvený) v součinnosti s konkrétním jazykovým učivem.

### Příklad 3 Autentický přepis komunikace v čekárně u lékaře a cestou od lékaře.

Zdravotní sestra: Další.

Distributorka léčiv: Sestřičko, mohla bych na chvílku dovnitř? Mám pro paní doktorku nějakou nabídku... tři minuty.

Zdravotní sestra: Ne, nezlobte se, ani minutu, paní doktorka nečekaně zemřela... (ticho) Jedeme v krizovém režimu. Děkujeme, ale ne, opravdu ne, dneska ne. Tak, Terezo, pojďte dovnitř.

Po vyšetření všech žáků se skupina žáků chystá k odchodu a do čekárny přijde zastupující lékařka.

Zastupující lékařka: Paní učitelko, prosím vás...

Učitelka: Ano.

Zastupující lékařka: Jen jsem vám chtěla říct, že se budete muset někam s dětmi přehlásit. Tady už být nemůžete, doktorka je mrtvá.

Po cestě z vyšetření zpět do školy žáci vedli rozhovor:

Žák 1: Ty jo, to bylo, co... jak řekla to mrtvá...

Žák 2: ... se asi neměly rády, co.

Žák 3: Jak řekla, že je mrtvá... Ty jo, brrr.

Žák 1: No, to řekneš o včele, když ti dá žihadlo. Že je mrtvá.

Žák 3: Taky mohla říct, že chcipla. To taky řekneš vo včele, když tě bodne. (smích)

Žák 1: Ale od té sestry to tak hrozné nebylo, ne?

Žák 2: Tak asi ji to mrzelo, že umřela... Teď nebude mít práci, ne?

Z uvedeného dialogu žáků vyplývá, že byli schopni v autentickém kontextu komunikační situace postihnout pragmatickou funkci slova *mrtvý* a na to navázanou funkci eufemismu, resp. dysfemismu a v základních intencích uvažovat i o komunikačních záměrech mluvčích.

Na základě této situace učitelka formuje výuku s cílem, aby žák rozuměl tomu, jakou funkci v mluveném či psaném komunikátu mají citově zabarvené jazykové prostředky. Problémem jazykovým je tedy slovní zásoba, slova podle citového zabarvení (slova kladně citově zabarvená, záporně citově zabarvená), problémem komunikačním pak funkce těchto slov v komunikátu, jejich užití v komunikaci za účelem zvýšení subjektivitu textu.

Autentickou komunikační situaci učitelka rozpracovala pro vyučovací hodinu a opřela ji o ověřený předpoklad, že i když je expresivita v lexiku tradičně realizována až ve výuce na střední škole, na úrovni základní školy se žáci ve výuce citově zabarveného vyjadřování dotýkají. Nejčastěji v souvislosti s deminutivním vyjadřováním, nicméně sami – a to je zásadní – různé způsoby eufemizačních strategií ve svém řečovém projevu používají (např. Jirsová, Prouzová, & Svozilová, 1964; Kvíčalová, 2018; Štěpánová, 2018) – akcentujeme psychodidaktická východiska.

Na základě těchto poznatků je zřejmé, že lze nastavený cíl funkčně diferencovat: funkci expresivity totiž můžeme ukázat i na jiných jazykových prostředcích, známých a srozumitelných i kognitivně slabším žákům – např. hypokoristika, dětská slova, slova familiární, popř. slova hanlivá, zveličená apod. Záležitě tedy na evokaci prekonceptuální báze žáka, na niž pak učitel navazuje; přitom však cíl zůstává stejný (tj. žák rozumí tomu, jakou funkci v mluveném či psaném komunikátu mají citově zabarvené jazykové prostředky).

Žákům je oživen prožitý situační kontext (situačnost či textocentricky) a následně jim mohou být předloženy alternativní písemné i mluvené aktuální jazykové komunikáty vybrané ze sféry mediální komunikace a běžné každodenní komunikace, pro něž jsou eufemizační (či dysfemizační) jazykové prostředky nejpříznačnější. Tato část přípravy na vyučovací hodinu je více než zásadní, neboť výběr komunikátů musí respektovat kognitivní a mentální úroveň žáků v plně šíři. U konstruktivisticky diferencovaného učení žáků se SVP platí, že principiální jsou úvahy učitele o tom, **co žák chce/potřebuje poznat a vědět**, nikoliv představy učitele o tom, co má žák umět.<sup>120</sup>

2. krok: Přemýšlíme, jak (a hlavně zda vůbec) předkládané úlohy, situace, komunikáty aj. umožňují diferenciaci učení (tj. při výukové situaci nabídnou východiska k různým cílům).

K tomu si učitel připravuje další vhodné komunikáty (psané i mluvené), které se tak stávají výukovými materiály a které umožní žákům vyvodit závěry.

## Druhá zásada: přiměřenost

Součinné okolnosti nastavené v konstruktivisticky promyšlené výukové situaci mohou aktivizovat rozličné cíle. Zatímco u žáka s LMP výukovou situaci postavíme na příkladu zdrobnělin (*sestřička – sestra*): *Kdy řekneš své sestře sestřičko, kdy ségro, proč?*, a pokud by i to bylo náročné, můžeme jeho pozornost obrátit k užití zdvořilosti ve zcela běžné komunikaci, s nadaným žákem

Východiskem individualizace i motivace žáků by měla být jejich komunikační zkušenost nebo reálná komunikační potřeba.

<sup>120</sup> I při diferenciaci učitel samozřejmě respektuje cíle a obsah kurikula.

se pohybujeme na úrovni hodnocení užití daného jazykového prostředku v různých kontextech, praktického nebo i tvořivého užití (různé variování dané konstrukce) a samozřejmě docházíme také k metajazykovému postižení, tedy osvojení lingvistického termínu.

Vždy vycházíme ze zásady, že všichni žáci potřebují výchovu, jež je naučí, jak vstoupit do vztahů, které je současně připraví na spolupráci s druhými, a jak si tyto vztahy udržet (Bartoňová & Vítková, 2010). Použitý materiál pro popsanou výukovou situaci je základním předpokladem společné výuky tím, že komunikační situace u lékaře učitelé umožňuje ve skupině výkonnostně rozdílných žáků dospět k různým výstupům (řešením) vycházejícím z postupné návaznosti obsahu. Variovat lze metody i formy: žáci např. mohou pracovat ve skupinách, dramatizovat výchozí situaci i různé rozpracování dialogů, sdílet vlastní zkušenosti při návštěvě lékaře apod. Důraz je kladen na autenticitu a reálnost obsahu a aktivitu žáků ve výuce.

Nad výukovými materiály didakticky uvažujeme o součinnosti žáků intaktních a žáků se SVP i žáků nadaných.

### **Třetí zásada: individuální přístup**

Učitel by měl klást důraz na relevanci učiva pro žáky a jejich každodenní zkušenosti, jinými slovy usouvztažňovat obsah výuky ke skutečným potřebám žáků – a to nejen žáků se SVP, ale samozřejmě též žáků intaktních. Tento argument se však stává ve vztahu k žákům se SVP více než signifikantním, stejně jako požadavek přesahu výuky mateřského jazyka k sociální a komunikační užitečnosti (např. Eliášková 2019, s. 204; Hlebová et al., 2016, s. 47–135). Žáci, kteří jsou v našem školském systému označováni za žáky se SVP, mají specificky ztížený přístup k výuce a mnohdy vynakládají s ohledem na charakter svých obtíží neúměrné úsilí ke zvládnutí nastavených požadavků, v nichž nakonec stejně selhávají (o tom více Eliášková, 2019, s. 193–207). Podobně není dostatečně využít potenciál žáků nadaných. Smyslem edukace všech dětí s postižením je učit jakékoliv znevýhodněné jedince pro život, pomoci jim objevit životní perspektivu, a přitom je taktně vést, aby se vyrovnali se svým údělem (Titzl, 2015, s. 35). U žáků nadaných jde naopak o rozvoj jejich potenciálu na vyšší úrovni. Proto změnu paradigmatu ve výuce češtiny považujeme za zcela zásadní: je třeba (a) vycházet z žákovy komunikační zkušenosti a komunikační potřeby, (b) vést výuku češtiny k sociální užitečnosti, tedy (c) jazykové učivo zbavit teoretické encyklopedičnosti a v maximální možné míře ho didakticky transformovat s přesahem do komunikační praxe (srov. Štěpáník et al., 2019).

Neustále zohledňujeme užitečnost učiva vůči reálným komunikačním potřebám žáků se SVP.

Při přípravě na hodinu je mnohdy potřeba předkládané výukové materiály (zejména textové) upravit tak, aby vyhovovaly potřebám žákům se SVP (zejména se zrakovým postižením či žákům se SPU, potažmo s LMP). Zde máme na mysli např. zkrácení textových pasáží, zvětšení textu, zvýšení přehlednosti textu pro lepší čtenářský komfort apod. Některé formální postupy jsou pro skupiny žáků se SVP obdobné, proto doporučujeme při přípravě textů respektovat následující obecné zásady (srov. Eliášková, 2017; Balharová, 2016):

S časově náročnou úpravou výukových materiálů může učitelé výrazně pomoci asistent pedagoga.

- a) přizpůsobit velikost písma. Adekvátní velikost písma přispívá lepšímu čtení a rozvoji dovednosti porozumění textu – minimálně 12 pro žáky se SPU, u žáků se zrakovým postižením jistě větší, cca od 14 výše dle zrakových možností žáka;
- b) používat bezpatkové písmo: Arial, Comic Sans, Verdana aj.;
- c) v textech nepoužívat kurzívu a podtržené písmo (raději podtržené pasáže znovu vypsát, popř. přečíst);
- d) zvolit řádkování 1,5, na řádek max. 70 znaků;
- e) pomoci může též podbarvení textu, ukazuje se, že nevhodnější je žlutá, byť záleží na individuálních potřebách daného žáka.

### Čtvrtá zásada: aktivnost

V konstruktivistickém uvažování učitele o výuce se nabízí možnost uchopit jazykovou či situační zkušenost žáka jako rámec, v jehož prostoru lze didakticky rozpracovat výukovou situaci přirozeným uchopením jazykového učiva, prostřednictvím sociální empirie. V intencích objektivních i subjektivních faktorů utvářejících komunikační situaci lze jazykové učivo didakticky transformovat od známého k novému (tedy od zkušenosti spojené se zážitkem k poznatku), a nikoli od formálního poznatku, tj. termínu a definice, ke známému. Induktivní přístup, který je také založen na postupu *od komunikace k jazyku*, axiomu naší koncepce, je pro žáky se SVP podstatně lépe akceptovatelný. Řešení konkrétní výukové situace s sebou přináší různé podněty, oživuje žákovy prekoncepty, znalosti, zkušenosti a v konečném důsledku může i aktivizovat žákův zájem o poznatky, které dostupné učebnice ve velké míře bohužel opomíjejí (především právě přesah do funkce jazykových prostředků v komunikaci).

Při práci s žáky se SVP vždy hledáme oblasti, v nichž může aktivně a samostatně pracovat žák.

Při práci inspirované výše uvedeným rozhovorem po návštěvě školní lékařky učitelka postavila postup na strategii textocentrismu, takže založila výuku na několika ilustrativních komunikátech:

#### Ukázka 3 Komunikát ze sféry mediální komunikace.

##### NEPŘEHLÉDNĚTE

► *Pochodu proti rasismu se zúčastnilo 300 lidí*

ČTK těsně po 16.00 vydala v tu chvíli pravdivou zprávu, že na Náměstí míru je asi 60 účastníků pochodu. Tuto zprávu daly Novinky na svůj server, k ní však přidaly video z pozdější doby, z něhož je patrné, že pochodu se účastnilo okolo třiset lidí. Mezi 16.00 a 16.30 se totiž na Náměstí míru tolik lidí sešlo. Chudák redaktorka Novinek, která videozprávu provází slovem, teď kvůli editorovi novinek vypadá, eufemisticky vyjádřeno, že je poněkud mimo.

Vidíme aktuální komunikáty, běžně pro žáky dostupné, vybíráme je z toho, co nás každodenně obklopuje. Každý komunikát kolem nás tak je potenciálním zdrojem k práci ve výuce.

Zdroj: <<http://www.romea.cz/cz/zpravy/vyznavaci-tance-sv-vita-aneb-jak-media-ne-informovala-o-demonstraci-proti-rasismu>>; cit. 25. 9. 2019.

#### Ukázka 4 Komunikát ze sféry běžné každodenní komunikace.

## Hraje celá rodina

Skauti zvou celé rodiny, jednotlivce mladé i dříve narozené k seznámení se s nejnovějšími deskovými hrami. Skauti jich mají téměř stovku.

Zdroj: <<https://www.vychodni-morava.cz/akce/95986>>; cit. 25. 9. 2019.

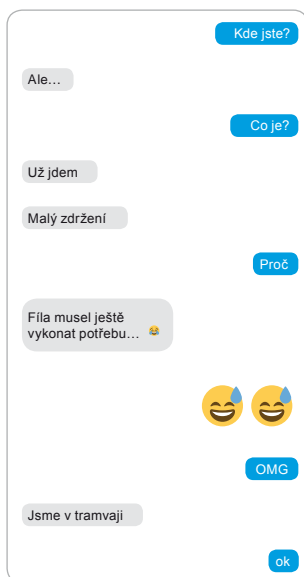
#### Ukázka 5 Komunikát ze sféry mediální komunikace.

**Ne kouřím, kynu a kynu... Nejvyšší čas vyhledat odborníka přes stravování a získat od něj nějaké tipy a doporučení. Chcete vědět, co mi poradil? Čtete dál...**

Nechci se vymlouvat na geny (sebekriticky přiznávám, že jsem gurmán, jím ráda, hodně a také velice dobře vím, co je to „orgasmus z jídla“), i když to tvrdí i sami doktoři – obézní matky mívají obézní dcery. Moje maminka celý život bojuje s těžkou nadváhou, babička byla mírně řečeno korpulentní dáma a prababička ztělesňovala to, čemu se u nás na Moravě říká „festovní ženská“. No, chudák moje dcera...

Zdroj: <<https://www.prozeny.cz/clanek/obezitolog-radi-aneb-sefkanehuli-4-25532>>; cit. 25. 9. 2019.

## Ukázka 6 Komunikát ze sféry běžné každodenní komunikace.

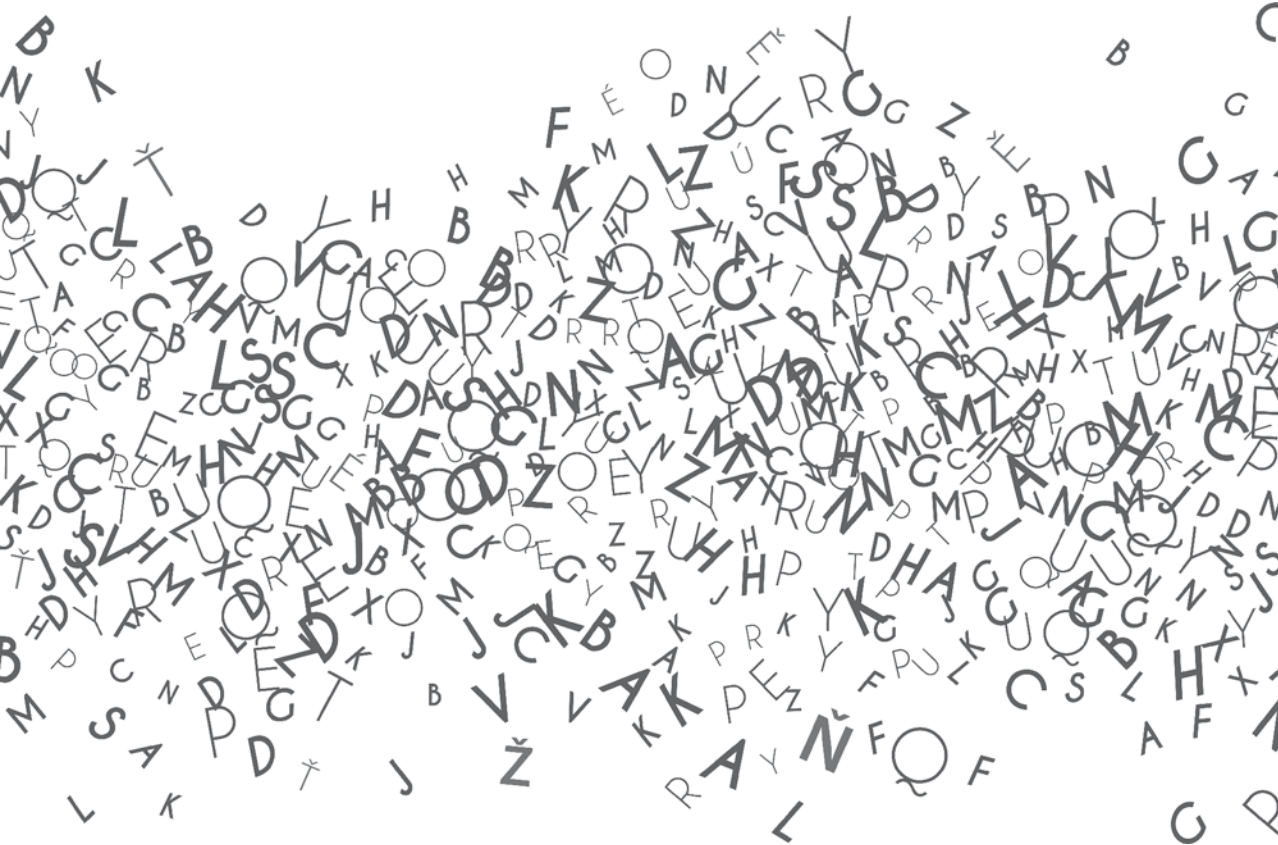


V předloženém jazykovém materiálu žáci nacházeli příklady podobného jazykového jevu jako v autentické komunikaci – jiné varianty daného jazykového prostředku, na nichž konkretizovali, jakým způsobem eufemizační jazykové prostředky ovlivňují výsledné sdělení, jakou mají funkci, v jakých komunikačních situacích se používají, pro které funkční styly jsou příznačné a proč. Dále nahrazovali eufemizační prostředek dalšími možnými vyjádřeními (např. *korpulentní*, *tlustá*, *tučná* atd.) a uvažovali o komunikačním záměru autora sdělení, o vhodnosti vzhledem ke komunikační situaci a komunikačnímu partnerovi. Ve fázi reflexe uváděli vlastní jazykové zkušenosti (příklady) a produkovali autentické komunikáty (dle možnosti žáků písemné nebo mluvené), a to opět ve vazbě na konkrétní komunikační situace.

Aniž by žáci znali teoretickou definici pojmu eufemismus (popř. dysfemismus), pochopili jeho funkci a osvojili si sémantiku spojení *eufemistické vyjádřování* (*Kdy byste použili ve svém projevu vazbu „eufemisticky vyjádřeno“?*). Kognitivně slabší žáci si uvědomili funkci citově zabarvených slov v komunikátech.

Východiskem tedy byla práce s jazykem, s komunikační zkušeností, nikoliv termín, identifikace dekontextualizovaných příkladů nebo aplikace naučené definice na příkladech, jak je zvykem běžné vyučovací praxe (viz obr. 3 – přetisk z *Českého jazyka v kostce* – Sochrová, 2007, s. 46). Stejně tak cílem je funkce jazykového prostředku v komunikaci a reálné užití, nikoliv identifikace (určování, označování, nálepkování) různých způsobů vyjádření v příkladech. Tím, že se pracuje s konkrétním materiálem, je zajištěno, že i žák se SVP vidí smysluplnost učiva a může dosáhnout úspěchu, na rozdíl od tradičního mluvnického vyučování, v němž nejenže pracuje s abstrakcí, která je pro něho nesrozumitelná, ale také mu už na počátku staví překážku v dosažení úspěchu.

Sledujeme rozdíl mezi výukou s přesahy do komunikační praxe a sociální zkušenosti žáků versus tradiční zprostředkování učiva v modelu tradičního jazykového vyučování.



**PŘÍLOHA:  
NÁVRH SYSTÉMU OČEKÁVANÝCH  
VÝSLEDKŮ UČENÍ V KOMUNIKAČNÍ  
NAUCE O ČESKÉM JAZYKU**

---



	Záměr	3. ročník	5. ročník
Sféra běžné každodenní komunikace	navázat, udržet a ukončit kontakt	<ul style="list-style-type: none"> <li>• navázat kontakt vhodným pozdravem a oslovením (rozdílit vhodnost pozdravu a oslovení dle různých komunikačních partnerů)</li> <li>• vhodně se s někým přivítat v neformální i formální komunikační situaci verbálně a neverbálně</li> <li>• vhodně odpovědět na pozdrav</li> <li>• jednoduše se představit</li> <li>• vhodně se rozloučit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• přivítat někoho ve formální komunikační situaci (např. návštěva ve škole, auditorium na školní besídce)</li> <li>• vhodně se rozloučit</li> </ul>
	zapojit se do rozhovoru, diskuse	<ul style="list-style-type: none"> <li>• zapojit se do běžného rozhovoru a hovořit k věci</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• iniciovat rozhovor a rozvíjet téma rozhovoru</li> </ul>
	vstoupit do dialogu a vést ho	<ul style="list-style-type: none"> <li>• pozorně naslouchat komunikačnímu partnerovi</li> <li>• respektovat střídání komunikačních rolí</li> <li>• elementárně rozlišit formální a neformální komunikační situaci a přizpůsobit tomu výběr některých základních verbálních prostředků</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• pozorně naslouchat komunikačnímu partnerovi, vhodně navázat na jeho repliku, resp. vhodně reagovat</li> <li>• elementárně respektovat komunikačního partnera (neskákat nefunkčně do řeči, nevhodně nekomentovat)</li> <li>• v dialogu rozlišit formální a neformální komunikační situaci a přizpůsobit tomu výběr verbálních i neverbálních komunikačních prostředků</li> <li>• funkčně využívat kontaktní prostředky (např. oslovení)</li> <li>• odstraňovat vycpávková slova a hezitační zvuky</li> <li>• uvědomovat si působení vlastní výpovědi na druhého (směrem k pravidlům slušné komunikace a netikety)</li> <li>• funkčně se vyjádřit na sdílené (elektronické) platformě; výstupy v oblasti vizuální gramotnosti</li> <li>• převést / vyjádřit neverbální projev (mimika, gestika apod.) do/v písemné podoby/ě</li> <li>• chápat funkci vhodného klíčového slova ve vztahu k obsahu sdělení a s jeho pomocí třídit informace – v (neorganizovaných) informačních zdrojích (např. instagram, twitter, facebook aj.; hashtagy)</li> </ul>
udržet téma rozhovoru, konverzovat (společenská konverzace)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• držet téma hovoru a neodbíhat od něj</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• vhodně s partnerem hovořit na dané téma, rozvíjet rozhovor</li> <li>• vhodně / korektně něco (o)komentovat (např. danou situaci)</li> <li>• vést dialog vztahující se k situaci i dialog nesouvisející s aktuálním tady a teď (konsituační a kosituační dialog)</li> </ul>	

7. ročník	9. ročník
<ul style="list-style-type: none"> <li>• vhodně pozdravit a krátce (se) přivítat</li> <li>• znát kontaktné výrazy a vhodně jich využívat</li> <li>• vhodně projev ukončit a vhodně se rozloučit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• přivítat někoho, představit se a přednést kratší proslov</li> <li>• proslov vhodně ukončit a vhodně se rozloučit</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• zapojit se do diskuse (též prostřednictvím sociálních médií), vyjádřit svůj názor a podpořit ho přiměřenými argumenty</li> <li>• uvažovat o rozdílech mezi názorem a faktem</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• iniciovat a moderovat diskusi, formulovat argumenty</li> <li>• zapojit se do diskuse prostřednictvím sociálních médií, rozeznávat relevantnost a pravdivost informací a formulovat vlastní argumenty</li> <li>• posuzovat vhodnost informace a vztah mezi informací a jejím zdrojem</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• vhodně používat jazykové a parajazykové komunikační prostředky k vyjádření různých komunikačních záměrů v dialogu</li> <li>• porozumět různým komunikačním záměrům partnera v dialogu</li> <li>• uplatňovat zásady vedení dialogu v mluvené, psané i elektronické komunikaci</li> <li>• snažit se dodržovat kooperační princip v komunikaci</li> <li>• respektovat funkční střídání komunikačních rolí v rozhovoru dvou lidí a skupinovém dialogu</li> <li>• eliminovat hromadění ukazovacích zájmen</li> <li>• využívat dostupné elektronické zdroje vhodné ke sdílení svých textů</li> <li>• orientovat se v nabídce sdílených platforem</li> <li>• dodržovat základní pravidla slušné komunikace a netikety</li> <li>• (neotřelou formou) se vyjádřit na sdílené (elektronické) platformě – výstupy v oblasti vizuální gramotnosti</li> <li>• chápat funkci obrazu v textu (ilustrativní, organizační, estetická apod.)</li> <li>• vybrat vhodné klíčové slovo ve vztahu k obsahu sdělení v (neorganizovaných) informačních zdrojích (např. instagram, twitter, facebook aj.; hashtagy)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• využívat v rozhovoru vhodné komunikační strategie k vyjádření konkrétního komunikačního záměru (mj. empatie, asertivity atd.)</li> <li>• rozlišovat strategie v dyadickém a skupinovém dialogu</li> <li>• snažit se dodržovat kooperační a zdvořilostní princip v komunikaci</li> <li>• eliminovat vybízečící obraty typu <i>vid', že, že ano</i> apod.</li> <li>• dodržovat netiketu a pravidla slušné komunikace</li> <li>• neotřelou formou se vyjádřit na sdílené (elektronické) platformě – výstupy v oblasti vizuální gramotnosti</li> <li>• vybrat vhodné klíčové slovo ve vztahu k obsahu sdělení a s jeho pomocí třídit informace – v (neorganizovaných) informačních zdrojích (např. instagram, twitter, facebook aj.; hashtagy)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• volně konverzovat s vrstevníky a odlišit tuto konverzaci od konverzace společenské</li> <li>• poznat pravidla řečové etikety</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• zapojit se do konverzace v rozličných veřejných komunikačních situacích s (polo)oficiálním vztahem komunikantů</li> </ul>

	Záměr	3. ročník	5. ročník
Sféra běžné každodenní komunikace	srozumitelně a kultivovaně hovořit	<ul style="list-style-type: none"> <li>• při mluvení správně dýchat</li> <li>• zvolit vhodné tempo, hlasitost a sílu řeči</li> <li>• vyslovovat správně všechny hlásky (s výjimkou fyziologických poruch)</li> <li>• zvolit vhodnou melodii věty</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• klást důraz na důležité části sdělení</li> <li>• logicky spojovat jednotlivé věty ve vyšší celky</li> </ul>
	zjistit a předat běžné každodenní informace	<ul style="list-style-type: none"> <li>• uvědomovat si existenci rozdílů mezi psanou a mluvenou komunikací: <ul style="list-style-type: none"> <li>• formulovat otázku a rozlišit její formu se zřetelem k příjemci</li> <li>• identifikovat otázku a dokázat na ni adekvátně reagovat</li> <li>• přijmout a předat jednoduchou informaci</li> <li>• napsat vzkaz</li> <li>• sestavit jednoduchou zprávu (se všemi náležitostmi), pozdrav (pohlednice)</li> <li>• vést telefonický rozhovor</li> <li>• zanechat vzkaz v hlasové schránce, zprávu na mobilu (SMS)</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• rozlišovat základní rozdíly mezi psanou a mluvenou komunikací: <ul style="list-style-type: none"> <li>• sestavit a napsat dopis, e-mail, pozvánku, blahopřání</li> <li>• sestavit a představit jednoduchý monologický projev na každodenní téma (např. absolvované / plánované cestě apod.)</li> </ul> </li> </ul>
	porozumět slyšenému	<ul style="list-style-type: none"> <li>• naslouchat pozorně a soustředěně běžným každodenním informacím a běžným instrukcím</li> <li>• na slyšený projev reagovat jednoduchými otázkami</li> <li>• ze slyšeného jednoduše a krátce zaznamenávat</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• naslouchat pozorně a soustředěně i specifičtějším komunikátům a instrukcím</li> <li>• požádat o zpřesnění informace, vyjasnění nejasnosti</li> <li>• ze slyšeného zaznamenávat delší poznámky</li> </ul>
	vyjádřit názor, argumentovat	<ul style="list-style-type: none"> <li>• jednoduše vystihnout své mínění</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• vyjádřit názor a podpořit ho jednoduchým argumentem</li> </ul>
	dát instrukci/ pokyn a přiměřeně na ně reagovat	<ul style="list-style-type: none"> <li>• porozumět jednoduchým pokynům a instrukcím v školní komunikaci a v mimoškolním prostředí</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• porozumět složitějším instrukcím v školní komunikaci a v mimoškolním prostředí</li> <li>• zformulovat instrukci / pokyn přiměřeně ke komunikační situaci</li> </ul>
	rozumět nelineárnímu textu	<ul style="list-style-type: none"> <li>• orientovat se v jednoduchém nelineárním textu (abecední seznam, rozvrh hodin, otevírací hodiny knihovny, jízdní řád apod.)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• zpracovat informace z různých druhů nelineárních textů (např. jednoduchá tabulka či jednoduchý graf jako doplnění lineárního textu)</li> </ul>
	odlišit formální a neformální komunikační situaci	<ul style="list-style-type: none"> <li>• odlišit kontaktní výrazy ve formální a neformální komunikační situaci</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• vést rozhovor přiměřený komunikační situaci a respektovat adresáta</li> </ul>
	psát	<ul style="list-style-type: none"> <li>• zvládat hygienické návyky psaní</li> <li>• správně psát česká písmena a číslice</li> <li>• psát čitelně přiměřeně věku</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• psát čitelně</li> </ul>

7. ročník	9. ročník
<ul style="list-style-type: none"> <li>• dodržovat ortoepická pravidla češtiny (vzhledem ke komunikační situaci a komunikačnímu záměru)</li> <li>• zvládat správnou výslovnost frekventovaných slov přejatých</li> <li>• využívat vhodně důraz a pauzy v řeči</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• zvládat adekvátní frázování řeči (vzhledem ke komunikační situaci a komunikačnímu záměru)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• rozlišovat rozdíly mezi psanou a mluvenou komunikací: <ul style="list-style-type: none"> <li>• napsat zprávu nebo status na sociální síti</li> <li>• zvládat rychlou výměnu replik a nenávnost dialogu v elektronické komunikaci</li> <li>• asertivně, slušně odmítnout odpověď</li> <li>• přijmout a předat i složitější sdělení</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• funkčně využívat rozdíly mezi psanou a mluvenou komunikací</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• naslouchat pozorně a soustředěně delším monologům</li> <li>• vhodně ověřovat slyšené</li> <li>• při naslouchání respektovat základní interakční principy (kooperativní a zdvořilostní princip)</li> <li>• dělat si ze slyšeného delší poznámky (přitom však komunikáty nepřepisovat doslovně)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• naslouchat pozorně, soustředěně, aktivně, prakticky i kriticky</li> <li>• zaznamenané vhodně doplňovat a strukturovat</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• vyjádřit názor a vhodně argumentovat</li> <li>• užívat kooperativní princip v komunikaci</li> <li>• v komunikaci předcházet konfliktu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• vyjádřit názor a argumentovat na základě vhodných zdrojů (používat vhodné zdroje k získání argumentů)</li> <li>• užívat kooperativní a zdvořilostní princip v komunikaci</li> <li>• znát pravidla asertivity</li> <li>• odhalit základní falešné argumentační strategie</li> <li>• řešit případný konflikt či hádku</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• zformulovat různé jazykové modalities vyjádření výzvy, rozkazu, žádosti, prosby v závislosti na komunikačních podmínkách</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• zhodnotit vztah mezi použitými jazykovými prostředky k formulaci výzvy a zdvořilostí, empatií, vztahem mezi komunikačními partnery</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• orientovat se v nelineárním textu v elektronickém prostředí a dle potřeby z něj využít informace (webové stránky, sociální sítě, mobilní aplikace)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• využít informace z různých druhů tištěného a elektronického nelineárního textu</li> <li>• pracovat s elektronickým a multimediálním hypertextem</li> <li>• být schopen vyvozovat informace ze souhry lineárního a nelineárního textu (lineární text a např. graf, diagram, tabulka atd.)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• odlišit komunikační strategie při vyjádření komunikačního záměru ve formální a neformální komunikační situaci</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• zdůvodnit vhodnost výběru komunikačních prostředků podle komunikační situace (s důrazem na vhodné využívání spisovných a nespisovných jazykových prostředků)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• psát čitelně</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• psát čitelně</li> </ul>

	Záměr	3. ročník	5. ročník
Sféra běžné každodenní komunikace	psát korektně	<ul style="list-style-type: none"> <li>• zvládat základy lexikálního pravopisu (oddělené psaní slov jako grafických jednotek, vybrané jevy s <i>ú/ů</i> mimo morfologický šev, <i>dě/tě/ně, di/ti/ni, hy/chy...</i>, <i>ž/š/í...</i>, <i>bě/pě/vě</i>, velké písmeno u běžných antroponym, zoonym a nejnámějších toponym či toponym z nejbližšího žákova okolí, psaní párových souhlásek na konci a uvnitř slov, dělení slov na konci řádku)</li> <li>• zvládat psaní nejfrekventovanějších vyjmenovaných slov a slov s nimi příbuzných</li> <li>• zvládat základy syntaktického pravopisu (velké písmeno na začátku věty, tečka, otazník, vykřičník na konci věty)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• zvládat další jevy lexikálního pravopisu (zdvojené souhlásky, předložky a předpony <i>s/z/vz, bě/bje, pě, vě/vje mě/mně, ú</i> na morfologickém švu)</li> <li>• zvládat zápis přímé řeči</li> <li>• zvládat psaní čárky v jednoduché větě s oslovením a ve výčtu</li> <li>• zvládat psaní čárky v nesložitéch souvětích</li> <li>• pro potřeby interpunkce odlišit jednoduchou větu od souvětí</li> <li>• zvládat pravopis shody přísudku s podmětem</li> <li>• správně zapisovat homofony s vyjmenovanými slovy a slovy příbuznými a sémanticky je s nimi rozlišovat</li> <li>• ověřovat pravopis v <i>Pravidlech českého pravopisu</i> (resp. <i>Internetové jazykové příručce</i>)</li> </ul>
	číst běžné každodenní texty	<ul style="list-style-type: none"> <li>• elementárně plynule číst potichu i nahlas</li> <li>• odpovědět na základě přečteného textu na jednoduché otázky vztahující se k textu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• najít v přečteném textu požadované informace</li> <li>• porozumět explicitně uvedeným informacím</li> <li>• chápat funkci nelineárních textů</li> <li>• vnímat jednotu složených komunikátů (spojení slovesného kódu s kódy jinými – text a obraz, hudba apod.)</li> </ul>
	informovat o něčem	<ul style="list-style-type: none"> <li>• podat informace o ději a události v logickém pořadí</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• popsat děj, událost</li> <li>• rozlišit podstatné a okrajové informace</li> </ul>
	realizovat různý komunikační záměr	<ul style="list-style-type: none"> <li>• identifikovat a vyjádřit sdělení, dotaz, příkaz, zákaz, omluvu, prosbu, poděkování, pochvalu jiného i sebe sama vhodně ke komunikační situaci a komunikačnímu partnerovi</li> <li>• odlišit chlubení se od pochvaly sebe sama</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• domluvit si něco (např. schůzku) a dohodnout se na něčem vhodně ke komunikační situaci, komunikačnímu záměru a komunikačnímu partnerovi</li> <li>• identifikovat a vyjádřit odmítnutí, blahopřání, žádost, varování, výhrůžku vhodně ke komunikační situaci a komunikačnímu partnerovi</li> </ul>

7. ročník	9. ročník
<ul style="list-style-type: none"> <li>• zvládat nejčastější případy morfologického pravopisu</li> <li>• zvládat psaní i méně frekventovaných vyjmenovaných slov a slov s nimi příbuzných</li> <li>• zvládat nejčastější případy interpunkce v souvětí</li> <li>• prohlubovat znalosti syntaktického pravopisu (frekventované interpunkční jevy v rámci jednoduché věty i souvětí, složitější případy shody přísudku s podmětem)</li> <li>• používat relevantní jazykové příručky (mj. <i>Internetovou jazykovou příručku</i>, PČP, SSČ)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• zvládat interpunkci ve větě jednoduché i souvětí</li> <li>• psát frekventovaná slova přejatá</li> <li>• zvládat psaní čárky v jednoduché větě s vytčeným větným členem</li> <li>• zvládat v písemném projevu pravopis nižších jazykových rovin; používat relevantní jazykové příručky</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• číst pozorně</li> <li>• vyhledat v textu klíčové myšlenky</li> <li>• stanovit klíčová slova k textu</li> <li>• rozumět propojení lineárního a nelineárního textu</li> <li>• číst složené komunikáty (např. instagram, vlog)</li> <li>• uvědomovat si rizika spojená s poskytováním a sdílením základních osobních údajů včetně fotografií (zvláště ve spojení s kyberšikanou, kyberegroomingem a sextingem)</li> <li>• rozlišovat v přečteném textu fakta a mínění</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• vnímat textovou složku ve složených komunikátech (obraz, zvukový doprovod apod.) jako možnost manipulace</li> <li>• vyvozovat nové informace z těch, které jsou explicitně uvedené (dovednost „číst mezi řádky“, dovednost běžného usuzování, inference)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• rozpoznat subjektivní a objektivní sdělení</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• dodržovat kooperační princip v komunikaci</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• vyjádřit názor/postoj, dát instrukci/pokyn způsobem vhodným ke komunikační situaci a komunikačnímu partnerovi</li> <li>• vyjádřit pozitivní hodnocení</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• zaujmout, získat někoho pro něco, přesvědčit někoho o něčem způsobem odpovídajícím komunikační situaci a respektujícím komunikačního partnera</li> </ul>

	Záměr	3. ročník	5. ročník
Stěra mediální a reklamní komunikace	vyjádřit stanovisko, názor, sympatie či antipatie	<ul style="list-style-type: none"> <li>• jednoduchým způsobem vyjádřit souhlas či nesouhlas</li> <li>• jednoduše obhájit svůj názor (postoj)</li> <li>• vyjádřit určitou preferenci</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• na základní úrovni rozlišit fakta a názory</li> <li>• posoudit úplnost a neúplnost sdělení</li> </ul>
	přesvědčit někoho, argumentovat, prosadit vlastní názor, zaujmout kritický postoj	<ul style="list-style-type: none"> <li>• zvolit náležitě suprasegmentální prvky řeči (intonace, tempo, pauza atd.) dle komunikačního záměru</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• zvolit náležitě suprasegmentální prvky řeči (intonace, tempo, pauza atd.) dle komunikačního záměru</li> <li>• podpořit názor jednoduchými argumenty</li> </ul>
	propagovat/prezentovat něco, nabídnout	<ul style="list-style-type: none"> <li>• popsat nesložité předmět</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• popsat komplikovanější předmět</li> <li>• uvědomovat si cíle reklamy</li> <li>• být kreativní a jednoduše prezentovat vlastní tvorbu</li> </ul>
	zjišťovat a rozlišovat informace	<ul style="list-style-type: none"> <li>• vhodně vznést jednoduché otázky</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• vhodně vznést složitější otázky</li> </ul>
	informovat o něčem	<ul style="list-style-type: none"> <li>• podat informace o ději a události v logickém pořadí</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• popsat děj, událost</li> <li>• rozlišit podstatné a okrajové informace</li> </ul>
	odhalit manipulaci a bránit se jí	x	<ul style="list-style-type: none"> <li>• učit se rozpoznávat manipulativní komunikaci (např. záměry a efekty reklam na produkty určené pro děti – hračky, nápoje, cukrovinky atd.)</li> <li>• najít vhodný zdroj informací (na internetu)</li> </ul>
	rozlišovat informace dle důvěryhodnosti	x	<ul style="list-style-type: none"> <li>• odhalit základní rysy projevů, které by pro žáka mohly být ohrožující / nebezpečné</li> </ul>
	upoutat pozornost	<ul style="list-style-type: none"> <li>• v mluveném projevu vhodně využívat mimojazykové prostředky</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• v mluveném projevu vhodně využívat mimojazykové prostředky</li> <li>• rozpoznávat spisovnou a nespisovnou slovní zásobu češtiny</li> </ul>
	podat zpětnou vazbu, zhodnotit	<ul style="list-style-type: none"> <li>• reflektovat a sebereflektovat s dopomocí</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• reflektovat a sebereflektovat samostatně</li> </ul>



7. ročník	9. ročník
<ul style="list-style-type: none"> <li>• kultivovaně vyjádřit pozitivní i negativní názor</li> <li>• chápat relevanci a dopady hodnocení druhé osoby (např. na sociální síti)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• hledat podstatu sdělení a motivaci k němu, na základě toho vhodně reagovat na komentáře o sobě (např. na sociální síti)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• kultivovaně vyjádřit pozitivní i negativní názor</li> <li>• vybírat vhodné zdroje argumentace</li> <li>• vhodným způsobem argumentovat</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• užívat základní argumentační techniky</li> <li>• řešit konflikt, hádku</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• odhalit některé přesvědčovací strategie reklamy</li> <li>• vytvořit inzerát (mj. na sociální síti)</li> <li>• být kreativní</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• odhalit skrytou reklamu (např. na sociální síti, v postech na instagramu apod.)</li> <li>• vytvořit reklamu (tištěnou, filmovou, fotografickou atd.)</li> <li>• být kreativní a prezentovat vlastní tvorbu</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• odlišit informaci od názoru</li> <li>• odlišit objektivní a subjektivní sdělení</li> <li>• odlišit zdroje relevantní od irelevantních, posoudit důvěryhodnost zdroje vzhledem ke komunikačnímu záměru</li> <li>• odlišit propagační materiály od zprávy</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• odlišit zdroje spolehlivé od nespolehlivých, relevantní od irelevantních; posoudit důvěryhodnost zdroje, porovnávat informace z různých zdrojů a na základě toho vybírat ty nejrelevantnější/nejspolehlivější</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• rozpoznat subjektivní a objektivní sdělení</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• dodržovat kooperační princip v komunikaci</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• uvědomovat si základní prvky persvaze v mediálních produktech (prostředky neverbální – akustické a vizuální – zde také složené komunikáty)</li> <li>• rozpoznávat základní manipulativní techniky</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• uvědomovat si základní prvky persvaze v mediálních produktech (prostředky neverbální – akustické a vizuální – zde také složené komunikáty), základní prostředky verbální</li> <li>• uvědomovat si manipulaci v mediálních produktech</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ověřit informaci na internetu (zaslanou e-mailem, na sociální síti apod.)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• odhalit hoaxy, fake news (v základní podobě)</li> <li>• poznat principy bulváru</li> <li>• odlišit bulvární sdělení od seriózního / bulvární tiskovinu od seriózní</li> <li>• rozlišovat zdroje informací</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• funkčně používat prostředky neverbální komunikace (některé extralingvální a paralingvální prostředky) s ohledem na zamýšlenou funkci projevu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• vhodně využívat spisovnou a nespisovnou slovní zásobu češtiny; dbát na její funkční rozvrstvení a využívat ho</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• rozumět rozdílu mezi kritikou a konstruktivní kritikou</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ve zpětné vazbě tendovat ke konstruktivnosti</li> </ul>

	Záměr	3. ročník	5. ročník
Sféra odborné komunikace	porozumět jednoduchému odbornému textu a získat z něj informace	<ul style="list-style-type: none"> <li>• chápat funkci psaného (tištěného i elektronického) textu jako možného zdroje informací</li> <li>• zapamatovat si nejdůležitější čtené i slyšené explicitní informace</li> <li>• vyvodit jednoduché implicitní informace z učebního textu</li> <li>• odpovědět na otázky k textu a formulovat otázky k obsahu přečteného i slyšeného textu</li> <li>• z nabídky klíčových slov vybrat ta, která jsou pro daný jednoduchý text relevantní</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• chápat funkci mluveného komunikátu jako možného zdroje informací</li> <li>• rozumět odbornému komunikátu (tištěnému, elektronickému i mluvenému) přiměřenému věku (též prakticky odborným textům: např. informační štítky na potravinách či různých jiných výrobcích denní spotřeby atd.)</li> <li>• porozumět učebnímu textu na úrovni explicitních a implicitních informací</li> <li>• zaznamenávat si explicitně stanovené čtené i slyšené informace</li> <li>• vyhledávat význam neznámých slov v textu</li> <li>• porozumět běžným zkratkám, značkám, příp. dohledávat jejich význam</li> <li>• rozpoznat podstatné a okrajové informace</li> <li>• vyhledat v textu klíčové myšlenky / klíčová slova</li> <li>• postihnout hlavní myšlenku/y textu</li> </ul>
	výstižně pojmenovat skutečnost	<ul style="list-style-type: none"> <li>• odlišit vhodné a přesné pojmenování od nepřesného, resp. nevhodného</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• odlišit běžnou a odbornou slovní zásobu</li> <li>• rozumět funkci tabulek, schémat, grafů atd. v odborném komunikátu</li> </ul>
	posoudit důvěryhodnost zdroje	<ul style="list-style-type: none"> <li>• posoudit, která informace je v textu obsažena, a která nikoliv</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• samostatně rozlišit, co je v textu přímo obsaženo a co z něj vyplývá</li> </ul>
	využít získané informace při produkci odborného komunikátu	<ul style="list-style-type: none"> <li>• vyhodnotit podstatné a nepodstatné informace v textu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• pohovořit o vybrané problematice s pomocí zpracovaných poznámek / velmi jednoduše též bez opory poznámek</li> <li>• vhodně volit slova a zřetelně formulovat myšlenku</li> <li>• vytvořit velmi jednoduchý logicky uspořádaný, strukturovaný a kohezí komunikát</li> </ul>

7. ročník	9. ročník
<ul style="list-style-type: none"> <li>• dohledat požadované informace v elektronických i tištěných zdrojích</li> <li>• porovnat informace získané z různých zdrojů</li> <li>• rozumět odbornému komunikátu (tištěnému, elektronickému i mluvenému) přiměřenému věku a zaznamenávat z něj klíčové informace</li> <li>• zpracovat výpisky, poznámky z mluveného i psaného odborného komunikátu</li> <li>• vysvětlit jednoduchý odborný problém (např. jednoduchý pokus)</li> <li>• porozumět i některým méně běžným zkratkám, značkám, příp. dohledávat jejich význam</li> <li>• rozvíjet dovednost učit se z textu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• rozumět odbornému komunikátu (tištěnému, elektronickému i mluvenému) přiměřenému věku</li> <li>• rozumět jednodušším prakticky odborným textům (návod k použití, příbalové letáky k lékům apod.)</li> <li>• využívat orientačních prvků v textu</li> <li>• při komplexním zpracování informací z odborného textu využívat metakognitivní strategie a doplňující nelineární texty</li> <li>• s oporou odborného textu vysvětlit odborný problém (v návaznosti na práci v dalších předmětech)</li> <li>• analyzovat informace z odborného textu a kriticky je posoudit</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• jednoduše referovat o odborné tematice s využitím adekvátních jazykových prostředků</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• v mluvených a psaných odborných komunikátech uplatňovat prostředky přesného a jednoznačného vyjádření</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• na základní úrovni rozlišit v textu fakta od názorů</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• rozlišit objektivní a subjektivní sdělení</li> <li>• rozlišit informační zdroje relevantní od nerelevantních</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• zpracovat jednoduchý referát/výklad a přednést jej ústně</li> <li>• referovat o výsledku vědeckého projektu (např. pokusy v přírodopisu, ve fyzice), o odborné akci, činnosti vědecké organizace jednoduchým, přesně stanoveným strukturovaným zápisem (např. protokol) nebo mluveným referátem či popisem pracovního postupu</li> <li>• chápat funkci terminologie a aplikovat známou terminologii ve vlastním textu</li> <li>• věrně citovat informace z různých informačních zdrojů</li> <li>• vytvořit jednoduchou tabulku, jednoduchý graf, jednoduché schéma vhodné k obsahu vytvářeného komunikátu</li> <li>• ovládat některé základní typografické zásady (např. meze- ra za interpunkčním znaménkem, vložení poznámky pod čarou, zarovnání dokumentu do bloku, změna řádkování nebo druhu písma, vložení tabulky nebo grafu)</li> <li>• pracovat s odstavcem jako s prostředkem obsahového a kompozičního uspořádání informací</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• zpracovat referát / výklad a přednést jej ústně, a to též s oporou o jednoduchou prezentaci</li> <li>• jednoduše referovat o výsledku vědeckého projektu (např. pokusy v chemii, přírodopisu, ve fyzice), o odborné akci, činnosti vědecké organizace strukturovaným zápisem (např. protokol) nebo mluveným referátem, odborným popisem, popisem pracovního postupu, pomocí plakátu atd.</li> <li>• funkčně aplikovat terminologii ve vlastním textu</li> <li>• funkčně využít vertikální a horizontální členění textu</li> <li>• parafrázovat (a citovat) informace z různých informačních zdrojů</li> <li>• vytvořit tabulku, graf či schéma vhodné k obsahu vytvářeného komunikátu</li> <li>• argumentovat na základě získaných informací</li> <li>• sdělit větší množství informací na malé ploše</li> <li>• pracovat s odstavcem jako s prostředkem obsahového a kompozičního uspořádání informací</li> </ul>

	Záměr	3. ročník	5. ročník
Stěra institucionální komunikace	informovat se o něčem v administrativní komunikaci	<ul style="list-style-type: none"> <li>klást otázky adekvátní veřejné komunikační situaci, komunikačnímu záměru a komunikačnímu partnerovi</li> <li>vhodně formulovat otázku</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>klást otázky adekvátní komunikační situaci, komunikačnímu záměru a komunikačnímu partnerovi</li> <li>vhodně volit pořadí otázek</li> </ul>
	přihlásit se někam, zaregistrovat se někam	<ul style="list-style-type: none"> <li>rozumět jednotlivým položkám v základních formulářích přiměřených věku (např. přihláška do knihovny nebo první stránka žákovské knížky)</li> <li>správně vyplnit základní formuláře (např. přihláška do knihovny nebo první stránka žákovské knížky)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>správně vyplnit základní formuláře (např. žádanka o časovou jízdenku na MHD, podací lístek doporučené zásilky na poštu)</li> <li>vnímat část „poučení“ jako podstatnou součást formuláře nebo jiného oficiálního dokumentu (ve vazbě na probírané typy komunikátů)</li> </ul>
	formulovat oficiální žádost	x	<ul style="list-style-type: none"> <li>vhodně formulovat požadavek učiteli / řediteli školy (např. zápis do žákovské knížky, požadavek na zasedání školního parlamentu)</li> </ul>
	reklamovat zakoupený předmět či službu	x	<ul style="list-style-type: none"> <li>popsat předmět či problém spojený s reklamací</li> </ul>
	objednat se někam / si něco	<ul style="list-style-type: none"> <li>např. objednat si jídlo ve školní jídelně</li> <li>mít základní uživatelskou obranu proti reklamám, mobilním aplikacím apod.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>např. objednat si jídlo v restauraci, u stánku s občerstvením atd.</li> <li>vhodně komunikovat s prodávacem v obchodě</li> <li>kriticky číst při pohybu v elektronickém prostředí (např. stahování aplikací apod.)</li> </ul>
	zprostředkovat informace o sobě	<ul style="list-style-type: none"> <li>jednoduše se ústně představit v běžných situacích</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>představit se ústně i písemně v běžných i základních oficiálních situacích</li> </ul>
	rozumět ustáleným konstrukcím v institucionálních komunikátech	<ul style="list-style-type: none"> <li>viz výše; rozumět jednoduchým předpisům, zkratkám, značkám</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>viz výše</li> </ul>
	orientovat se v ne-lineárních textech (formuláře, tabulky, grafy atd.)	<ul style="list-style-type: none"> <li>z jednoduchých orientačních prvků (např. ordinační hodiny či jízdní řád) zjistit potřebnou informaci</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>z jednoduché tabulky, formuláře, grafu atd. zjistit podstatné informace</li> <li>získané informace z jednoduchých tabulek, formulářů, grafů atd. jednoduše využívat při tvorbě vlastního mluveného i psaného komunikátu</li> </ul>
	omluvit se	<ul style="list-style-type: none"> <li>omluvit se vhodně s ohledem na komunikačního partnera (formální – asymetrický vztah)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>omluvit se vhodně s ohledem na komunikačního partnera (neformální – symetrický vztah)</li> </ul>
	dohodnout se na něčem	<ul style="list-style-type: none"> <li>připravit a přednést jednoduchý návrh</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>připravit a přednést jednoduchý návrh a podpořit jej jednoduchými argumenty</li> </ul>
posoudit úplnost administrativního sdělení	<ul style="list-style-type: none"> <li>viz výše</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>viz výše</li> </ul>	

7. ročník	9. ročník
<ul style="list-style-type: none"> <li>klást otázky adekvátní komunikační situaci, komunikačnímu záměru a komunikačnímu partnerovi</li> <li>vybírat relevantní zdroje vzhledem ke své informační potřebě</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>klást otázky adekvátní komunikační situaci, komunikačnímu záměru a komunikačnímu partnerovi</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>kriticky číst a ev. vyplnit základní formuláře (registrační rozhraní pro některé elektronické aplikace – facebook, e-mail, instagram atd.)</li> <li>rozumět základním informacím v části „poučení“ (ve vazbě na probírané typy komunikátů)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>správně vyplnit základní formuláře (žádost o občanský průkaz, přihláška na střední školu)</li> <li>odvolat se proti rozhodnutí správního orgánu (např. proti nepřijetí na střední školu)</li> <li>uvědomovat si rizika spojená s podpisováním dokumentů (podpis jako právně závazný akt)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>znát ustálené podoby a náležitosti písemné žádosti a dle toho umět napsat jednoduchou písemnou žádost (oslovení, zdvořilostní fráze, pozdrav, podpis, psaní adres, data a místa, předmětu atd.; např. žádost o uvolnění z vyučování)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>znát ustálené podoby písemné žádosti a dle toho umět napsat složitější písemnou žádost (např. žádost o přijetí na brigádu, žádost o informace, žádost o sponzorský dar na školní akci, žádost o podporu školní akce atd.)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>popsat důvod reklamace (problém) – ústně i písemně</li> <li>porozumět položkám v jednoduchém reklamačním formuláři a vyplnit ho</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>napsat reklamační žádost</li> <li>rozumět odpovědi na reklamaci a umět se příp. odvolat proti jejímu výsledku</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>vyplnit jednoduchý písemný a elektronický objednávkový formulář</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>objednat se k lékaři, na úřad apod.</li> <li>obsluhovat elektronický objednávkový systém u lékaře, na úřadě apod.</li> <li>rozumět různým nabídkám na internetu či v katalogích, orientovat se ve srovnání jednotlivých nabídek</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>vyhodnocovat vhodnost množství a povahy sdělovaných informací</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>zprostředkovat informace o sobě v jednoduchém životopise</li> <li>napsat jednoduchý motivační dopis instituci</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>viz výše</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>viz výše</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>z tabulky, formuláře, grafu atd. zjistit podstatné informace</li> <li>získané informace z tabulek, formulářů, grafů atd. efektivně využívat při tvorbě vlastního mluveného i psaného komunikátu</li> <li>na základní úrovni posoudit věrohodnost předkládaných údajů</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>z tabulky, formuláře, grafu atd. zjistit podstatné informace a interpretovat je</li> <li>získané informace z tabulek, formulářů, grafů atd. efektivně využívat při tvorbě vlastního mluveného i psaného komunikátu</li> <li>vytvářet vlastní tabulky a grafy a doplňovat jimi svůj text</li> <li>posoudit věrohodnost předkládaných údajů</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>x</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>x</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>vhodně a konstruktivně se zapojit do diskuse</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>vhodně a konstruktivně se zapojit do diskuse</li> <li>při zapojení do diskuse relevantně argumentovat</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>viz výše</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>viz výše</li> </ul>

	Záměr	3. ročník	5. ročník
Sféra zážitkové a expresivní komunikace	zaznamenat zážitky, pocity, názory	<ul style="list-style-type: none"> <li>• jednoduše zaznamenat své zážitky a pocity</li> <li>• chápat roli přímé řeči v písemném projevu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• zaznamenávat zážitky, pocity a názory</li> <li>• včlenit přímou řeč do písemného projevu (zapsat uvozovací větu a sdělení mluvčího)</li> <li>• adekvátně a výstižně formulovat výpovědi</li> </ul>
	(pře)vyprávět (zaujmout, pobavit, citově působit, vyvolat estetický zážitek, citový prožitek)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• používat vhodné paralingvální a extralingvální prostředky řeči: zvolit náležitě tempo podle svého komunikačního záměru</li> <li>• dodržet dějovou linii vlastního vyprávění</li> <li>• vytvořit obrázkovou osnovu a na jejím základě sestavit / vyprávět jednoduchý příběh</li> <li>• převyprávět příběh</li> <li>• vyjádřit svůj pocit z příběhu</li> <li>• drammatizovat jednoduchý příběh (dialog apod.)</li> <li>• rozlišit promluvy postav</li> <li>• vhodně používat prostředky neverbální komunikace</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• používat vhodné paralingvální a extralingvální prostředky řeči: zvolit náležitou intonaci, důraz, pauzy a tempo podle svého komunikačního záměru</li> <li>• sestavit osnovu vyprávění a vytvořit koherentní komunikát s dodržением dějové a časové posloupnosti</li> <li>• vyprávět z pozice přímého nebo nepřímého účastníka</li> <li>• využívat možností větné stavby jako prostředku estetického ozvláštnění komunikátu</li> <li>• rozlišit promluvy postav</li> <li>• rozlišit funkci spisovného a nespisovného jazyka v esteticky zpracovaném textu</li> <li>• uvědomovat si podobnosti a rozdíly v různých kódech zpracování téhož příběhu (obrazový, filmový, hudební, pohybový apod.)</li> <li>• v základní rovině odlišovat specifika a funkci esteticky zpracovaného komunikátu</li> </ul>
	číst/naslouchat a nechat na sebe text esteticky působit	<ul style="list-style-type: none"> <li>• reprodukovat přečtený nebo slyšený komunikát</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• volně reprodukovat přečtený nebo slyšený komunikát</li> <li>• vyjádřit postoje ke sdělovanému obsahu</li> <li>• číst text nahlas způsobem vyjadřujícím jeho obsah</li> </ul>
popsat, charakterizovat	<ul style="list-style-type: none"> <li>• popsat jednoduchý předmět, obraz apod.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• (neotřele) popisovat věci z každodenního života, zážitky, umělecká díla, své výtvary apod.</li> </ul>	

7. ročník	9. ročník
<ul style="list-style-type: none"> <li>• zaznamenávat zážitky, pocity a názory a kreativně je rozvíjet</li> <li>• uspořádat informace v komunikátu s ohledem na jeho funkci</li> <li>• odlišovat základní významové funkce přímé a nepřímé řeči v textu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• zaznamenávat zážitky, pocity a názory, kreativně je rozvíjet a zpracovávat a podle potřeby je efektně sdílet s ostatními (též na vhodné elektronické platformě)</li> <li>• vytvořit koherentní komunikát s dodržením pravidel mezivětného navazování</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• rozlišit funkci jednotlivých výslovnostních stylů (výslovnost zvlášť pečlivá, neutrální, hovorová, nespisovná)</li> <li>• funkčně zapojovat extralingvální prostředky pro zvýšení sdělnosti a autenticity řečového projevu (kinezika, mimika, gestika apod.)</li> <li>• prostřednictvím jazykových prostředků udržet dramatické napětí příběhu</li> <li>• rozlišovat způsoby podání výpovědí jednotlivých mluvčích (funkce přímé a nepřímé řeči)</li> <li>• funkčně používat mluvnické kategorie sloves k vyjadřování časové návaznosti, posloupnosti a fázovosti děje a k ozvláštňení komunikátu</li> <li>• ozvláštňit obsah svého sdělení mírou expresivity</li> <li>• využívat možností větné stavby jako prostředku estetického ozvláštňení komunikátu</li> <li>• využívat morfologické a lexikální prostředky k ozvláštňení komunikátu</li> <li>• obohacovat sdělení za pomoci změn slovního významu (zejm. metafora, metonymie, synekdocha aj.)</li> <li>• využívat různé způsoby pojmenování v komunikátu (zejm. pojmenování obrazné, přirovnání, okazionalismy atd.)</li> <li>• využívat frazémy jako prostředky ozvláštňení komunikátu</li> <li>• odlišovat specifika a funkce esteticky zpracovaného komunikátu a využívat jich ve vlastní produkci</li> <li>• vybrat vhodné jazykové prostředky pro výstižné estetické pojmenování skutečnosti</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• přirozeně využívat jazykovou variabilitu a prolínání kódů k efektnímu vypravování</li> <li>• funkčně zapojovat extralingvální prostředky pro zvýšení sdělnosti a autenticity řečového projevu (posturika, proxemika, kinezika, mimika, gestika apod.)</li> <li>• respektovat fáze textové produkce (invence, selekce, kompozice, stylizace, revize); důraz na rozvoj imaginace a kreativity</li> <li>• ozvláštňit obsah svého sdělení mírou expresivity</li> <li>• ke zvýšení působivosti komunikátu funkčně využívat syntaktické, morfologické a lexikální prostředky</li> <li>• využívat různé způsoby pojmenování v komunikátu</li> <li>• využívat frazémy jako prostředky ozvláštňení také v běžné řeči</li> <li>• významově aktualizovat jazykové prostředky pro zvýšení autenticity sdělení</li> <li>• funkčně kombinovat a používat jazykové prostředky z jednotlivých vrstev češtiny</li> <li>• odlišovat specifika a funkce esteticky zpracovaného komunikátu a plně jich využívat ve vlastní produkci</li> <li>• ozvláštňit vlastní neslovesný estetický projev (fotografie, elektronický obraz, film aj.) grafickými jazykovými a textovými prostředky</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• deklamovat text způsobem shodným s jeho obsahem</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• deklamovat básnický či prozaický text ve shodě s jeho obsahem</li> <li>• analyzovat komunikát po stránce stylisticko-lexikální</li> <li>• analyzovat text po stránce kompoziční</li> <li>• určit funkci užitých uměleckých prostředků</li> <li>• deklamovat text ve shodě s jeho obsahem</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• vyjádřit pocity z četby a sdělit, co je vyvolalo (též ve vztahu k jazykovým prostředkům)</li> <li>• rozpoznat umělecké a neumělecké komunikáty</li> <li>• charakterizovat</li> <li>• vypravovat s prvky popisu nebo charakteristiky</li> <li>• vybrat vhodné jazykové prostředky s ohledem na funkci komunikátu a komunikační situaci</li> <li>• rozšiřovat a zpřesňovat významy slov (např. funkce přívlastku shodného a neshodného)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• popisovat s estetickými prvky</li> <li>• vypravovat s prvky popisu a charakteristiky s estetickými prvky</li> <li>• rozlišit funkce popisu v uměleckém stylu</li> <li>• vybrat vhodné jazykové prostředky s ohledem na funkci komunikátu a komunikační situaci</li> </ul>



	Záměr	3. ročník	5. ročník
	vypsat se ze svých pocitů a vnitřního napětí, naplnit touhu po sebevyjádření	<ul style="list-style-type: none"> <li>na základě zážitků jednoduše vytvořit vlastní komunikát</li> <li>kombinovat prostředky z jiných uměleckých oblastí k vyjádření záměru (zejm. výtvarné prvky, popř. hudební; např. komiks):</li> <li>používat jazykové prostředky pro vyjádření emocí, pocitů, výzev, zvuků, nálad apod.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>na základě zážitků vytvořit propracovaný vlastní komunikát s vybranými estetickými prvky</li> <li>používat prostředky textové návaznosti</li> </ul>

### Poznámky:

Jsme si vědomi přesahů jednotlivých očekávaných výsledků učení (OVU) a jejich opakování v různých sférách při realizaci různých komunikačních záměrů (potřeb). Tyto přesahy vítáme, protože tím dochází k hlubšímu osvojení poznatků a především jejich zasazování do širších kontextů. Žáci si díky tomu uvědomují komplexnost a vzájemnou provázanost jazykového i komunikačního systému. Překonáváme tím izolovanost poznávání a atomizaci učiva v tradičním vyučování. Je zřejmé, že při veškerém užívání mateřského jazyka žák potřebuje vybírat vhodné jazykové prostředky s ohledem na funkci komunikátu a komunikační situaci, tedy přizpůsobovat svůj kód komunikační situaci a komunikačnímu záměru. Neuvádíme-li tento výstup explicitně, pak jej implicitně považujeme za základní předpoklad a zároveň cíl veškeré realizace navrženého komunikačního systému.

Výrazně aktualizujeme obsah výuky českého jazyka. Využíváme aktuální texty, učivo zasazujeme do autentických komunikačních situací, v nichž se žáci každodenně pohybují. Za aktuální kontexty, s nimiž se žáci setkávají a jež musí výuka češtiny reflektovat, nemá-li představovat komunikační skanzen, považujeme mj. vše vztahující se k digitálnímu prostředí. Proto zahrnujeme také práci s e-maily, facebookovými statusy, posty na instagramu či twitteru, blogy, vlogy, youtube kanály apod. Jak ukazují různé výzkumy (odkazované v textu naší práce), žáci se s těmito komunikáty setkávají mnohdy už ve věku na přelomu 1. a 2. stupně ZŠ, avšak bez jakéhokoliv poučení o benefitech, ale též rizicích spojených s elektronickou komunikací.

7. ročník	9. ročník
<ul style="list-style-type: none"> <li>• na základě zážitků vytvořit vlastní komunikát s uměleckými prvky</li> <li>• používat prostředky textové návaznosti</li> <li>• porovnávat významy slov a funkčně variovat jazykové prostředky</li> <li>• užívat vhodných synonym k dosažení slohové vytríbenosti vlastního komunikátu</li> <li>• funkčně zapojovat do svého komunikátu vztah významové protikladnosti</li> <li>• používat prostředky emocionality (zvolání, záměrné opakování, aktualizované jazykové prostředky apod.)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• na základě zážitků vytvořit vlastní komunikát uměleckého vyznění</li> <li>• rozpoznat a opravit stylizační nedostatky</li> <li>• variovat pořádek slov (slovosledné inverze) ve větě se záměrem zvýšit působivost vlastního sdělení</li> </ul>