

Mozgóképkultúra és médiaismeret

11. évfolyam

1. A média kifejezőeszközei

- A figyelemirányítás, a hangulatteremtés és az értelmezés legfontosabb eszközei (nézőpont, távolság, fényviszonyok, mozgás, szerepjáték, montázs), ezek hatásmechanizmusa különböző művek példáján és gyakorlatokon keresztül.
- Nem-lineáris és összetett cselekményű szövegformák felismerése, tagolása, értelmezése, létrehozása.
- A mindennapi kommunikáció formái (chat, SMS, fórum) és nyelvi sajátosságai.
- Identitások megjelenítése a virtuális térben. Az internetes szövegépítkezés sajátosságainak megismerése, blogok, közösségi oldalak stb. elemzése és készítése.
- Valóságábrázolás és hitelesség a médiaszövegekben.
- Ismerkedés művekkel, műsorokkal (műfajfilmek, szerzői filmek, televíziós műsorok, videojátékok és internetes tartalmak) ezek elemzése, archetípusok vizsgálata, a hatásmechanizmusuk megértése, személyes értelmező vélemény megfogalmazása.
- Médiaszövegekről szóló írások, kritikák, elemzések, tanulmányok

2. A média társadalmi szerepe, használata

- A nyilvánosság átalakulása, a hálózati kommunikáció. A média közösség-szervező funkciói.
- Tömegtájékoztatás és demokrácia: a nyilvános beszéd szabadsága és felelőssége; média és hatalom; a hír értéke. Tartalomszabályozás, cenzúra, médiatörvény. Erkölcsi normák, médiaetika.
- A médiaipar működése, a reklám hatásmechanizmusa, nézettségnövelő stratégiák, infotainment (információátadás szórakoztató formában vagy olyan műsortípus, amely a tájékoztató és szórakoztató funkciót egyaránt meg kívánja valósítani).
- Kultúra és tömegkultúra.
- Jelenségek a médiában: az erőszak (okok, hatások, kezelésük); sztárok és szenzációk; a nemi szerepek reprezentációja; virtuális valóság. Társadalmi csoportok, közéleti események ábrázolása, megjelenítése a médiában
- (sztereotípiák, reprezentáció, tematizáció, szövegek bekapcsolása az aktuális diskurzusokba).
- A közösségek és az egyén az információs társadalomban. Az online életforma hatása a személyiség fejlődésére és a társas kapcsolatokra, a tanulásra, a munkavégzésre, valamint a szabadidő eltöltésére.

Fogalmak:

médium, média, tömegmédia, nyomtatott és elektronikus média, reprodukció és ábrázolás, dokumentum, fikció, tömegkommunikáció, nyilvánosság, közvélemény, közérdekűség, hír, hírfolyam, tömegkommunikáció, társadalmi nyilvánosság, közönségek, fogyasztók, közvélemény, nonprofit, kereskedelmi, közszolgálati és közösségi média, nézettség, közönségáram, műsorrend, online kommunikáció, internet, közvetítő közeg, bullying, gyűlöletbeszéd, kommunikáció, információ és dezinformáció, képernyőidő, digitális lábnyom, médiatörvény, filmtörvény, algoritmszabályozás, médiaetika, közösségi médiahasználatot vezérlő algoritmusok, FOMO jelenség blogger, vlogger, YouTuber, influencer, kommentelés, véleménybuborék, visszhangkamara, montázs, filmelbeszélés, képkivágás, kameraállás, digitális kép, kultúra, civilizáció, művészet, magas-vagy elitkultúra, populáris vagy tömegkultúra, archetípus, kultúraközvetítés, szerzői és műfaji, giccs, sztár, celeb; influencer.