

JSME SOUČÁSTÍ MEDIÁLNÍHO OBSAHU

Každý den se setkává s některou z forem medializace. Náš život ovlivňují informace, které získáme. Mnohdy se ale i my sami můžeme stát účastníky mediálního sdělení:

- Napíšeš článek o události z tvého rodného města a článek se stane součástí městského bulletinu - zpravodaje.
- Škola, do které chodíš, pořádá závody a fotky z nich, na nichž jsi i ty, se objeví v místním tisku.
- Na ulici tě náhodně vyfotí fotograf, pořizující ilustrační fotografii k nějakému článku.
- Tvou fotku z facebooku použije někdo jiný například do svého článku a nezeptá se tě na souhlas.
- Pošleš svou fotku, kterou jsi nafotil, do soutěže a když vyhraješ, je tvá fotka otištěna spolu s tvým jménem v novinách.
- Jsi účastníkem nějaké nehody a na místo přijedou televizní štáby, které filmují do práv příspěvek o této události.

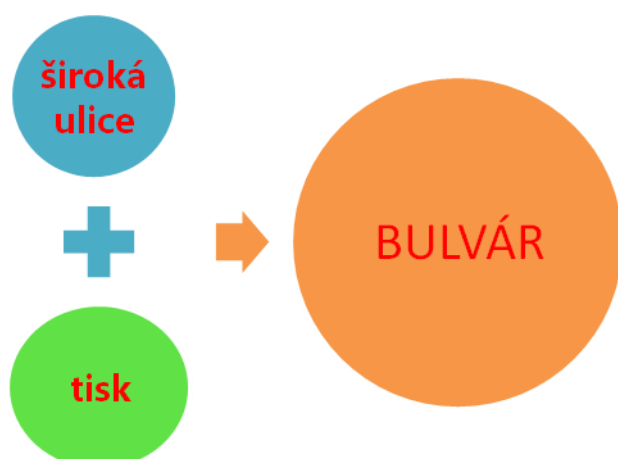
Stát se účastníkem mediálního sdělení není tak těžké. Nejčastěji se jim stane ten, kdo napíše, nafotí nebo natočí nějakou reportáž.

ÚKOL: Podívej a poptej se ve svém okolí, zda neznáš někoho, kdo se již v médiích ocitl. Popiš kdo, kdy a kde.

BULVÁR – hodnotné informace?

Zajímá vás život známých osobností? Nebo čtete jen informace ve zpravodajství?

Význam slova BULVÁR



Bulvár v ČR

Noviny: Blesk - Šíp - Aha

Časopisy: Spy - Rytmus života

Televizí pořady: VIP zprávy TV Prima

Prásk TV NOVA

Rozhlasové stanice/pořady:

Sexíček na RadioImpuls

ÚKOL: Zkus zjistit a vybrat, které z uvedených médií jsou BULVÁREM.

Nápověda – bulvární noviny mají výrazně barevné nadpisy s krátkým textem často doplněným vykřičníkem a na titulní stránce je vždy velká, nejlépe skandální, fotografie.



ÚKOL: Zamysli se a zkus popsat práci paparazzi fotografa.

Líbila by se ti taková práce?

Koho bys ty nejraději sledoval? Napiš tři domácí a zahraniční osobnosti a co by tě zajímalo z jejich soukromí, kvůli čemu bys je sledoval.

A teď se zamysli, že naopak ty jsi známá osoba, třeba herec - akční hrdina různých filmů a neustále je ti v patách dotěrný fotograf. Máš šanci se bránit? Popiš, jak bys jednal, abys uchránil své soukromí.

M E T O D I C K Ý L I S T

Téma lekce: JSME SOUČÁSTÍ MEDIÁLNÍHO OBSAHU

Časový rámec: 2 vyučovací hodiny

Cíl lekce: Žáci se seznamují s pojmy média, bulvár, zpravodajství, noviny, paparazzi aj.

Rozvíjené klíčové kompetence: k učení, k řešení problémů, komunikativní, pracovní, sociální

Organizace: frontální výuka, samostatná práce, popř. partnerská výuka nebo skupinová práce

Výukové metody: Aktivizující; Diskusní; Heuristické

Hodnocení výukového bloku:

hodnocení učitelem – slovní hodnocení; *hodnocení žáků* – co se jim podařilo, co jim dělalo

potíže; *hodnocení společné* – průběh výuky a prezentace

M E T O D I C K Ý P O S T U P:

Pracovní listy s obsahem učiva vycházejí z prezentace učiva, kde jsou shrnuty základní údaje. Pracovní listy slouží k rozvíjení schopností žáků samostatně vyhledávat a zpracovávat informace. Získané vědomosti žáci využijí také při řešení finálního pracovního listu - shrnutí učiva, který je možné využít k individuální nebo skupinové práci, popřípadě jako domácí přípravu na výuku. Pracovní list je také jeden ze způsobů, jak ověřit znalosti žáka.

K práci u různých pracovních listů je nutný přístup k internetu – je uvedeno vždy u zadání úkolu, popř. pracovní list navazuje na shlédnuté video – jeho umístění či odkaz je též uveden v zadání úkolu.

Uvedené části k danému tématu jsou připojeny na DVD.

Zdroj:

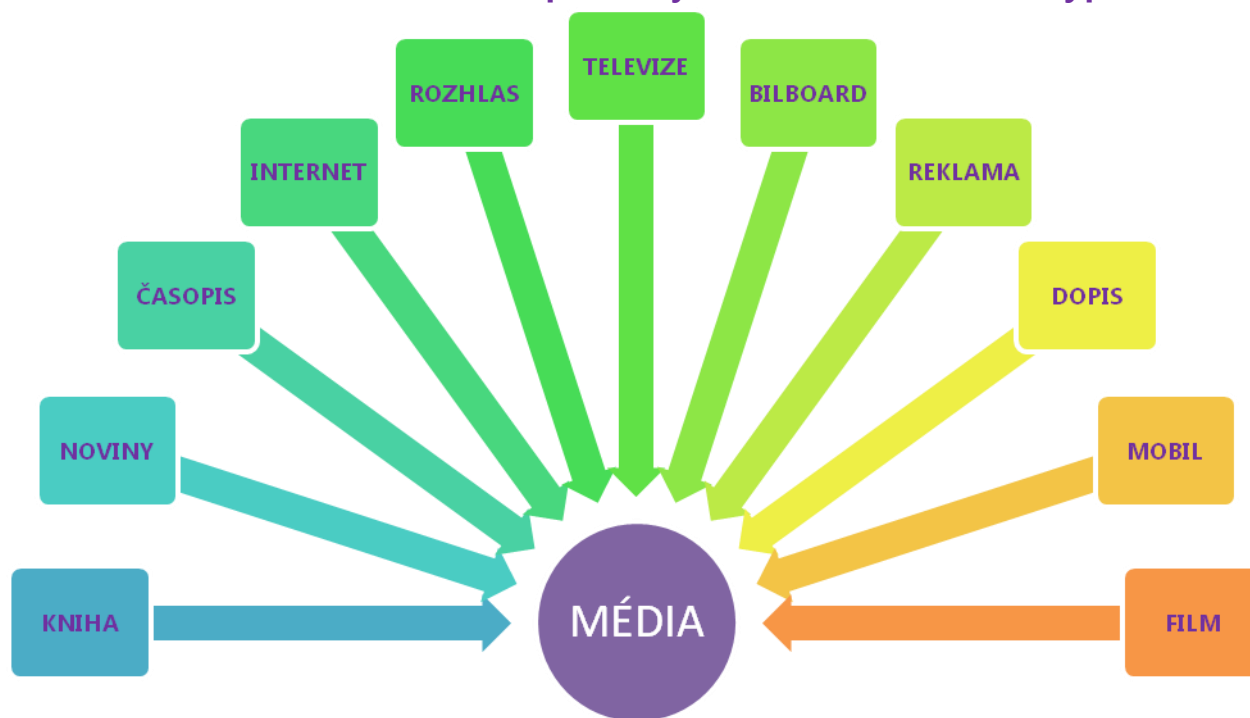
http://cs.wikipedia.org/wiki/Soubor:Bundesarchiv_Bild_183-1984-0822-503,_Fotograf_mit_Kamera_in_Wassertonne.jpg

Bulvární deníky a časopisy:

1. <http://blisty.cz/img.php?id=-614&size=250&mg=0&>
2. <http://www.magaziny.cz/media/obalky/big/8358.jpg>
3. http://1.bp.blogspot.com/_NkDk-GxBzTw/S6HAAAnwf0FI/AAAAAAAAAKgw/oH7azFAQvQ/s320/cas_18_03_10.jpg
4. <http://artalkweb.files.wordpress.com/2009/03/mfd090302.jpg>
5. <http://artalkweb.files.wordpress.com/2009/03/ln090305.jpg>
6. http://static.etrend.sk/uploads/tx_media/2009/2/rytmus_zivota_sk.jpg
7. <http://im.g.ihned.cz/attachment.php/20856425/isu3458BDEFHIJMNjk6Pbdeghqz1Tw9R/22obrAha.jpg>
8. http://www.tyden.cz/obrazek/marie-claire-1-480ef07295b64_275x374.jpg

INFORMACE VŠUDE KOLEM NÁS

Tato všechna média nám přinášejí informace různého typu.



ÚKOL: Napiš ke každému z uvedených médií, zda informace z nich získáváš cíleně nebo náhodně.

KNIHA - vypůjčíš si v knihovně encyklopedii pro referát do školy = cíleně získaná informace.

ČASOPIS KVĚTY

ÚKOL: Zkus podle vzhledu dobové obálky časopisu správně přiřadit letopočty jeho vydání.

1834

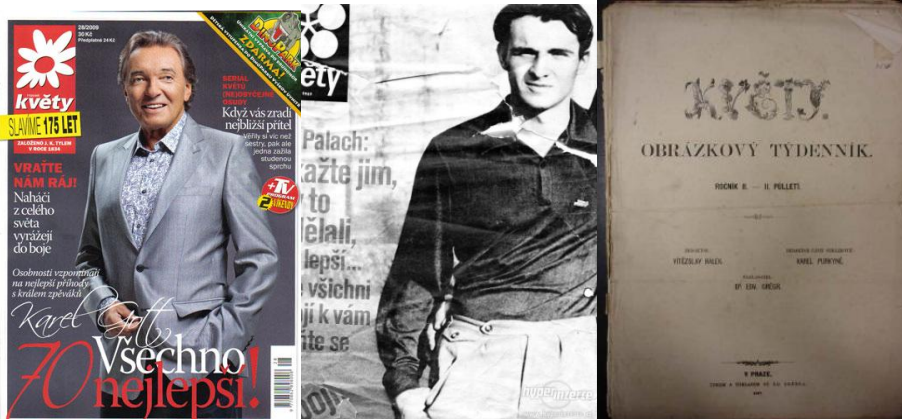
1867

1952

1969

1976

2009



ÚKOL: V časopise od jeho prvopočátku zachovávají tyto rubriky. Zkus k nim stručně napsat, co podle tebe bude asi jejich obsahem.

Foto týdne _____

Stalo se _____

O kom se mluví _____

Svět slavných _____

Drobnohled _____

Mladý svět _____

Kaleidoskop _____

Ne(oby)čejné osudy _____

Lidé a svět _____

Editorial _____

Rozhovor _____

Z vašich dopisů _____

ÚKOL: Časopis Květy patří stále mezi nejstarší české časopisy. Jeho vznik sahá až do doby Národního obrození. Najdi za pomoci internetu či encyklopedie odpovědi na následující:

Kdy byl založen časopis Květy, dříve nazvaný KWĚTY ČESKÉ?

Časopis vznikl přejmenováním z jiného časopisu. Z jakého?

Kdo časopis založil a kdo jej vydával?

Kterí významní novináři v něm pracovali?

Podívej se na dnešní Květy (www.kvety.cz) a zjisti:

kdo je dnes vydavatelem časopisu

kdo je dnes šéfredaktorem časopisu

ÚKOL: Jaké jiné časopisy, které jsou podobné obsahem a tématy časopisu Květy, znáš?

ÚKOL: Jaké časopisy zajímají tebe? Jaké časopisy zajímají tvé rodiče?

M E T O D I C K Ý L I S T

Téma lekce: INFORMACE VŠUDEK KOLEM NÁS

Časový rámec: 2 vyučovací hodiny

Cíl lekce: Žáci se seznamují s informací, noviny, časopis, vydavatel, distributor aj.

Rozvíjené klíčové kompetence: k učení, k řešení problémů, komunikativní, pracovní, sociální

Organizace: frontální výuka, samostatná práce, popř. partnerská výuka nebo skupinová práce

Výukové metody: Aktivizující; Diskusní; Heuristické

Hodnocení výukového bloku:

hodnocení učitelem – slovní hodnocení; *hodnocení žáků* – co se jim podařilo, co jim dělalo

potíže; *hodnocení společné* – průběh výuky a prezentace

M E T O D I C K Ý P O S T U P:

Pracovní listy s obsahem učiva vycházejí z prezentace učiva, kde jsou shrnuty základní údaje. Pracovní listy slouží k rozvíjení schopností žáků samostatně vyhledávat a zpracovávat informace.

Získané vědomosti žáci využijí také při řešení finálního pracovního listu - shrnutí učiva, který je možné využít k individuální nebo skupinové práci, popřípadě jako domácí přípravu na výuku. Pracovní list je také jeden ze způsobů, jak ověřit znalosti žáka.

K práci u různých pracovních listů je nutný přístup k internetu – je uvedeno vždy u zadání úkolu, popř. pracovní list navazuje na shlédnuté video – jeho umístění či odkaz je též uveden v zadání úkolu.

Uvedené části k danému tématu jsou připojeny na DVD.

Zdroje obrázků:

1. <http://www.google.cz/search?q=kv%C4%9Bty+%C4%8Dasopis&hl=cs&sa=X&tbm=isch&tbo=u&source=univ&ei=0RcmUbGbNMnAswaQrYGYAg&ved=0CFoQsAQ&biw=1680&bih=891#imgsrc=eZqCpQ1PVE6jPM%3A%3Bqujx8NKNAh4KgM%3Bhttp%253A%252F%252Ffiles.perfect-figure-wrap.eu%252F200000007-b1931b28d3%252Fkvety.jpg%3Bhttp%253A%252F%252Fwww.perfect-figure-wrap.eu%252Faktuality%252F%3B366%3B500>
2. http://www.google.cz/imgres?imgurl=http://img2.hyperinzerce.cz/x-cz/inz/3896/3896573-casopis-kvety-1-2-1969-upaleni-jana-palacha-1.jpg&imgrefurl=http://starozitnosti.hyperinzerce.cz/ostatni-sbirky/inzerat/3896573-casopis-kvety-1-2-1969-upaleni-jana-palacha-nabidka-brno-mesto/&h=1024&w=724&sz=404&tbnid=t5luLlpVETe2M:&tbnh=90&tbnw=64&prev=/search%3Fq%3Dkv%25C4%259Bty%2B%25C4%258Dasopis%26tbm%3Disch%26tbo%3Du&zoom=1&q=kv%C4%9Bty+%C4%8Dasopis&usq=__N8sh8wWELziJWPzp9pCftuu925U=&docid=SuY0sCy2NNFnMM&hl=cs&sa=X&ei=0RcmUbGbNMnAswaQrYGYAg&ved=0CF8Q9QEwBw&dur=1
3. http://www.google.cz/search?q=kv%C4%9Bty+%C4%8Dasopis&hl=cs&sa=X&tbm=isch&tbo=u&source=univ&ei=0RcmUbGbNMnAswaQrYGYAg&ved=0CFoQsAQ&biw=1680&bih=891#imgsrc=QlpzR6IP7N18HM%3A%3BRTYjv5kJnzRhwm%3Bhttp%253A%252F%252Fwww.podzemni-antikvariat.cz%252Fimg%252Ffoto%252F89%252F%252F_sl700937.jpg%3Bhttp%253A%252F%252Fwww.podzemni-antikvariat.cz%252Fdetail%252Fhistorie-ceska%252Fhalek-vitezslav-maixner-petr-kvety-obrazkovy-tydennik-rocnik-iv-1869%3B297%3B416

4.+ 5.+ 6. z V. MIKYSKA. TÝDENÍK KVĚTY JEHO HISTORIE A SOUČASNOST, Bakalářská práce 2007,

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta multimediálních komunikací dostupné on-line na:

http://dspace.knihovna.utb.cz/bitstream/handle/10563/4079/mikyska_2007_bp.pdf?sequence=1

KDO OVLÁDÁ SVĚT MÉDIÍ

Média mají různé vlastníky. Dříve byly mediální instituce jako vydavatelství nebo nakladatelství ve vlastnictví státu – za dob socialismu nebylo skoro žádné soukromé vlastnictví, ale od roku 1989 vznikly i v ČR mediální instituce. Mimo to mají různá média i své soukromé vlastníky.

Dnes tedy máme jak média veřejné sféry (státní):

- ČTK – Česká tisková kancelář
- ČT – Česká televize
- ČRO – Český rozhlas

tak média soukromá:

- TV Nova
- TV Prima
- Radio Impuls
- Mladá fronta a celá řada dalších.

Hlavní mediální institucí je TISKOVÁ AGENTURA – společnost, jejímž cílem je tvorba, distribuce a šíření tiskových zpráv.

NEJZNÁMĚJŠÍ, NEJSTARŠÍ A NEJVĚTŠÍ TISKOVÉ AGENTURY

AFP - 1835 Paříž

AP - 1846 New York

REUTERS - 1851 Londýn

ITAR-TASS - 1904 Moskva

BBC - 1927 Londýn

V České republice působí také 3 soukromé tiskové agentury - [MEDIAFAX](#), která v současné době patří mediální skupině CET 21; [ČIA](#) - **ČESKÁ INFORMAČNÍ AGENTURA**, která se specializuje na informace z finančních trhů a [KORZO](#), soukromá agentura specializovaná na bulvární informace.

SVĚTOVÍ MEDIÁLNÍ MAGNÁTI

MEDIÁLNÍ VLASTNÍK - Vlastník médií je osoba, která řídí, jeden přes osobní vlastnictví nebo dominantní postavení ve veřejné obchodní společnosti, důležitá část sdělovacích prostředků. Mediální vlastníci jsou obvykle nazýváni "magnáty médií", "magnáty", "barony" nebo "šéfy".

ÚKOL: Najdi si o těchto osobnostech informace na wikipedii a seznam se s jejich životem a prací. Čeho zajímavého dále dosáhli?

❖ **SILVIO BERLUSCONI**

- bývalý italský premiér je vlastníkem několika novin a televizní stanice = [Fininvest](#), [Mediaset](#)

❖ **OPRAH WINFREYOVÁ**

- afroamerická moderátorka, v současné době jedna z nejbohatších žen USA, mecenáška umění a podporovatelka řady nadací. Má vlastní TALK SHOW.

❖ **HOWARD STERN**

- je americký moderátor, hudebník, fotograf, producent, novinář, vlastník rozhlasových stanic a první licence na vysílání přes družici do vesmíru

❖ **RUPERT MURDOCH**

- je mediální magnát a miliardář, který se stal jednou z hlavních postav globální komunikační revoluce na konci 20. století a je považován za jednoho z nejvlivnějších lidí na světě. Vlastní společnost News Corporation, která ovládá: 9 satelitních televizních sítí, 40 televizních stanic, 100 televizních kabelových kanálů, 40 knižních vydavatelství, 175 novinových periodik a americké filmové studio.

❖ **MARTHA STEWARTOVÁ**

- je americká obchodnice, novinářka a televizní moderátorka, moderátorka vlastní TALK SHOW, autorka řady knižních bestsellerů (o vaření, péči o domácnost apod.), založila ženský časopis Martha Stewart Living, je průkopnicí a zakladatelkou on-line shopů.

MEDIÁLNÍ MAGNÁTI V ČR

„Média jsou v Česku byznysem, kterým se utrží 60 miliard korun ročně.“ (citace časopis Forbes leden 2013)

ZDENĚK BAKALA - vydavatelství Economia

IVO LUKAČOVIČ - Seznam.cz

ADRIAN SARBU – vlastník společnosti CME (TV NOVA)

IVAN ZACH – vlastník TV PRIMA

MICHEL FLEISCHMANN – vlastník rádií Evropa 2 a Frekvence 1

JAROMÍR SOUKUP – vlastník mediální agentury MÉDIA

ROZDÍLY V PREZENTACI MEDIÁLNÍCH SDĚLENÍ VÝZNAMNÝCH MEZINÁRODNÍCH DENÍKŮ

ÚKOL: Pozorně se podívej na titulní stránky vybraných evropských deníků. Přiřaď k deníkům státy, v nichž vycházejí.



NĚMECKO ŠPANĚLSKO RAKOUSKO NIZOZEMSKO



RUSKO FRANCIE POLSKO BRITÁNIE

ÚKOL: Porovnej, v čem si jsou podobní, v čem se naprosto shodují a v čem se nejvíce odlišují.

Mají nějaké společné téma?

M E T O D I C K Ý L I S T

Téma lekce: KDO OVLÁDÁ SVĚT MÉDIÍ

Časový rámec: 2 vyučovací hodiny

Cíl lekce: Žáci se seznamují s pojmy média, bulvár, zpravodajství, noviny, paparazzi aj.

Rozvíjené klíčové kompetence: k učení, k řešení problémů, komunikativní, pracovní, sociální

Organizace: frontální výuka, samostatná práce, popř. partnerská výuka nebo skupinová práce

Výukové metody: Aktivizující; Diskusní; Heuristické

Hodnocení výukového bloku:

hodnocení učitelem – slovní hodnocení; *hodnocení žáků* – co se jim podařilo, co jim dělalo potíže; *hodnocení společné* – průběh výuky a prezentace

M E T O D I C K Ý P O S T U P:

Pracovní listy s obsahem učiva vycházejí z prezentace učiva, kde jsou shrnuty základní údaje. Pracovní listy slouží k rozvíjení schopností žáků samostatně vyhledávat a zpracovávat informace. Získané vědomosti žáci využijí také při řešení finálního pracovního listu - shrnutí učiva, který je možné využít k individuální nebo skupinové práci, popřípadě jako domácí přípravu na výuku. Pracovní list je také jeden ze způsobů, jak ověřit znalosti žáka.

K práci u různých pracovních listů je nutný přístup k internetu – je uvedeno vždy u zadání úkolu, popř. pracovní list navazuje na shlédnuté video – jeho umístění či odkaz je též uveden v zadání úkolu.

Uvedené části k danému tématu jsou připojeny na DVD.

Zdroj: http://mediamania.tyden.cz/rubriky/tisk/titulni-stranky-vyznamnych-periodik-27-2-2013_262524.html

http://mm.tyden.cz/tituly/56/150_2013-02-27.jpg

http://mm.tyden.cz/tituly/25/150_2013-02-27.png

http://mm.tyden.cz/tituly/28/150_2013-02-27.jpg

http://mm.tyden.cz/tituly/50/150_2013-02-27.jpg

http://mm.tyden.cz/tituly/22/150_2013-02-27.jpg

http://mm.tyden.cz/tituly/111/150_2013-02-27.jpg

http://mm.tyden.cz/tituly/38/150_2013-02-27.jpg

http://mm.tyden.cz/tituly/74/150_2013-02-27.jpg

Zajímavé stránky pro seznámení s mediálními obsahy a problémy dnešní společnosti:

<http://cz.ejo-online.eu/>

<http://mediamania.tyden.cz>

OSOBNOSTI ŽURNALISTIKY

Stejně jako jiné obory lidské činnosti i žurnalistiky se dostala do dnešní podoby jen díky osobnostem, které se o to maximálně zasloužily.

Česká žurnalistika má spoustu historických osobností, je těžké vybrat jen některé. V následujících medailoncích vás seznámíme se čtyřmi, napříč staletími, významnými Karly české žurnalistiky.

ÚKOL: Doplň osobní kartu každého novináře

KAREL ČAPEK

NAROZEN: _____

NOVINY: _____

DÍLO: _____

ŽÁNŘ: _____

ZAJÍMAVOST: _____



KAREL HAVLÍČEK „BOROVSKÝ“

NAROZEN: _____

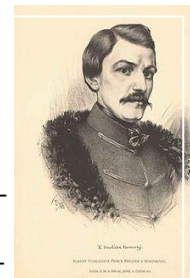
NOVINY: _____

PROČ BOROVSKÝ _____

DÍLO: _____

ŽÁNŘ: _____

ZAJÍMAVOST: _____



KAREL KYNCL

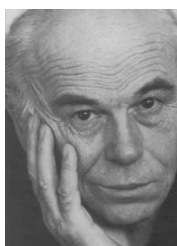
NAROZEN: _____

NOVINY: _____

DÍLO: _____

ŽÁNŘ: _____

ZAJÍMAVOST: _____



KAREL SLADKOVSKÝ

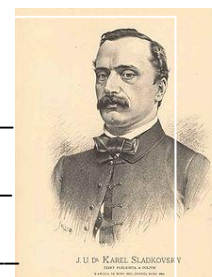
NAROZEN: _____

NOVINY: _____

DÍLO: _____

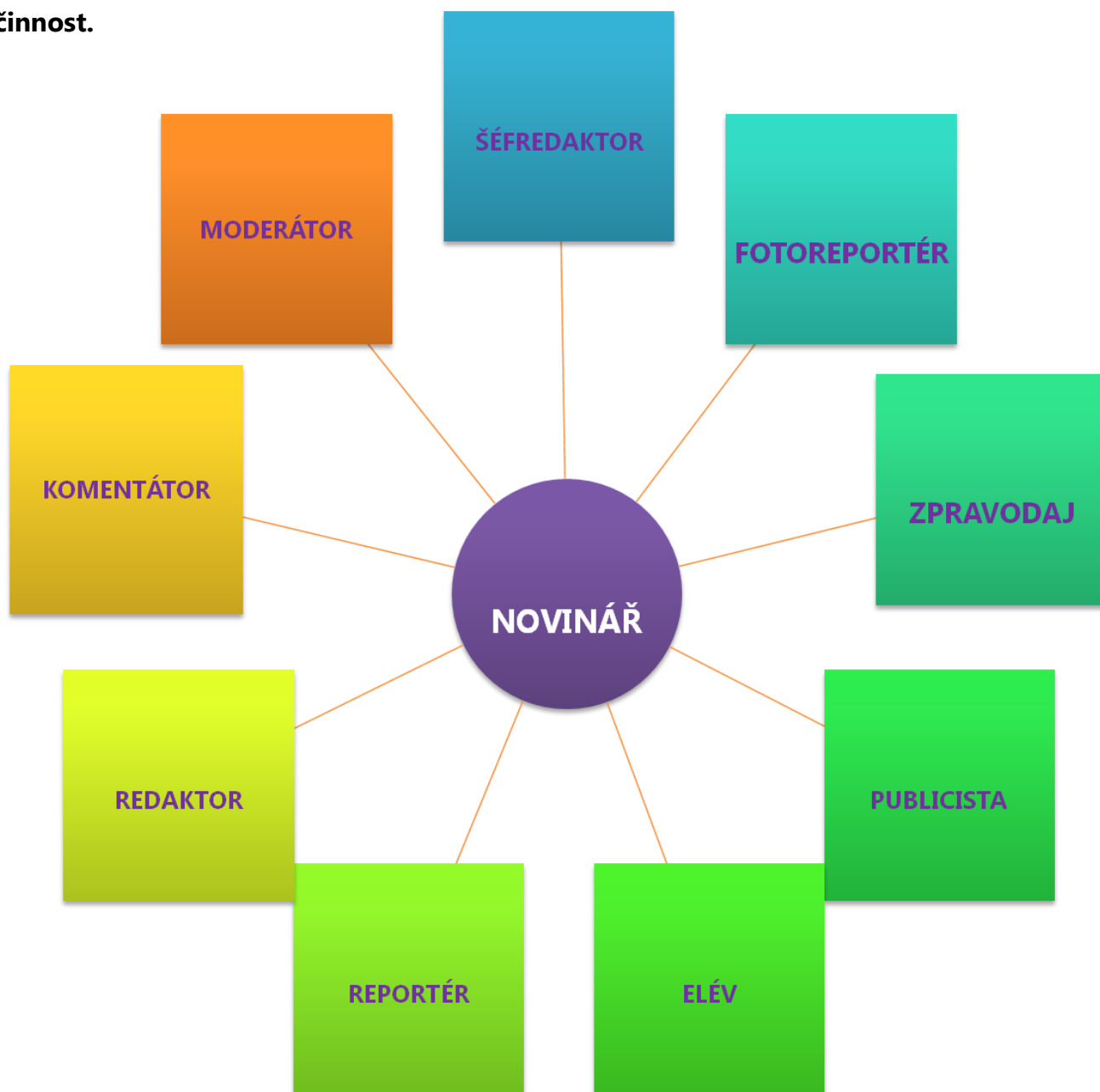
ŽÁNŘ: _____

ZAJÍMAVOST: _____



KDO JE NOVINÁŘ A JAKÉ JE JEHO POVOLÁNÍ

ÚKOL: Přiřaď k jednotlivým formám novinářské profese jejich pracovní zařazení a činnost.



NOVINÁŘSKÝ UČEŇ

VEDE CELOU REDAKCI

FOTÍ AKCE A REPORTÁŽE

PÍŠE ČLÁNKY V REDAKCI

NATÁČÍ NEBO PÍŠE REPORTÁŽE Z TERÉNU

ZPRACOVÁVÁ NEJNOVĚJŠÍ ZPRÁVY

PÍŠE KOMENTÁŘE A SVÉ NÁZORY

KOMENTUJE POLITICKÉ DEBATY

ŘÍDÍ ROZHOVORY A DISKUZE

OSOBNOST NOVINÁŘE

ÚKOL: Dopiš, co by podle tebe měl **MÍT** a měl **ZNÁT** správný novinář. Záleží jen na tobě, zda si při plnění úkolu představíš obyčejného redaktora či specifického zpravodaje (válečného, sportovního, politického...)

OSOBNOSTNÍ VLASTNOSTI

- spolehlivost
- komunikativnost
- odpovědnost
- dochvilnost
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____



PROFESNÍ DOVEDNOSTI

- ovládání techniky
- psaní všemi deseti
- řidičský průkaz
- _____
- _____
- _____
- _____

PROFESNÍ VLASTNOSTI

- respektování zákona
- korektnost při získávání informací
- otevřenost při komunikaci
- _____
- _____
- _____

ODBORNÉ ZNALOSTI

- Umí používat fotoaparát
- Umí používat kameru
- Umí používat diktafon
- _____
- _____
- _____

Úkol: Zjisti, jaké vzdělání by měl mít novinář a kde ho může získat.

M E T O D I C K Ý L I S T

Téma lekce: OSOBNOSTI ŽURNALISTIKY

Časový rámec: 2 vyučovací hodiny

Cíl lekce: Žáci se seznamují s pojmy historickými osobnostmi domácí i zahraniční žurnalistiky

Rozvíjené klíčové kompetence: k učení, k řešení problémů, komunikativní, pracovní, sociální

Organizace: frontální výuka, samostatná práce, popř. partnerská výuka nebo skupinová práce

Výukové metody: Aktivizující; Diskusní; Heuristické

Hodnocení výukového bloku:

hodnocení učitelem – slovní hodnocení; *hodnocení žáků* – co se jim podařilo, co jim dělalo

potíže; *hodnocení společné* – průběh výuky a prezentace

M E T O D I C K Ý P O S T U P:

Pracovní listy s obsahem učiva vycházejí z prezentace učiva, kde jsou shrnuty základní údaje. Pracovní listy slouží k rozvíjení schopností žáků samostatně vyhledávat a zpracovávat informace. Získané vědomosti žáci využijí také při řešení finálního pracovního listu - shrnutí učiva, který je možné využít k individuální nebo skupinové práci, popřípadě jako domácí přípravu na výuku. Pracovní list je také jeden ze způsobů, jak ověřit znalosti žáka.

K práci u různých pracovních listů je nutný přístup k internetu – je uvedeno vždy u zadání úkolu, popř. pracovní list navazuje na shlédnuté video – jeho umístění či odkaz je též uveden v zadání úkolu.

Uvedené části k danému tématu jsou připojeny na DVD.

Zdroje obrázků:

Čapek - <http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/b/bd/Karel-capek.jpg>

Sladkovský - http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/7/72/Jan_Vil%C3%ADmek_-_Karel_Sladkovsk%C3%BD.jpg/225px-Jan_Vil%C3%ADmek_-_Karel_Sladkovsk%C3%BD.jpg

Havlíček - http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/d/de/Jan_Vil%C3%ADmek_-_Karel_Havl%C3%AD%C4%8Dek_Borovsk%C3%BD.jpg/250px-Jan_Vil%C3%ADmek_-_Karel_Havl%C3%AD%C4%8Dek_Borovsk%C3%BD.jpg

Kyncl -

http://t0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcT6n7osNzD3tcjDula_kciBQBgMd4xFxa7qY0NTUDlcf3fTwp8KeIUd1VdsEw

Klip art MS Office - novinář

JAK SE DĚLAJÍ NOVINY

Tvorba novin je neustálý koloběh informací, jejich ověřování, zpracování, doplňování a prezentování.



KAREL ČAPEK - JAK SE CO DĚLÁ - JAK SE DĚLAJÍ NOVINY

... Noviny se skládají z redakce, kde se noviny píšou, z tiskárny, kde se sázejí a tisknou, a z administrace a expedice, kde se prodávají a rozesílají. Na první pohled je to docela jednoduché, ale ve skutečnosti oplývá toto rozdělení spleťmi a nejasnými vztahy. Na příklad redakce žije v pevném přesvědčení, že ona dělá noviny a že by to mohl být nejčtenější list na světě; není-li ve všech rukou, je to ovšem chyba administrace, která nedovede najít cestu k té spoustě možných čtenářů. Naproti tomu administrace tráví dny svého života v hluboké víře, že noviny jsou její dílo, které jí redakce soustavně kazí; na příklad tuhle odpadlo pět abonentů, kteří se cítili dotčeni nějakým článkem proti duchařství; a tadý zase jeden odběratel z Golčova Jeníkova ohlašuje, že už nebude brát noviny, jež měly včera úvodník, s nímž on, dlouholetý abonent, jaksi nesouhlasí. Kdyby ti páni raději nechali té politiky, myslí si administrace; s každou politikou na něco narazíš a abonent je v tahu. Konečně tiskárna shledává, že má jenom dva úhlavní nepřátele na světě: redakci, která by chtěla mít uzávěrku listu co nejpozději, a administraci s expedicí, které chtějí co možná brzo dostat noviny z rotačky, aby se zachytily vlakové a poštovní spoje; jakpak já mám oběma vyhovět, myslí si tiskárna trpce a bezmocně; posadit ty pány sem, aby jednou viděli, jak se dělají noviny!...

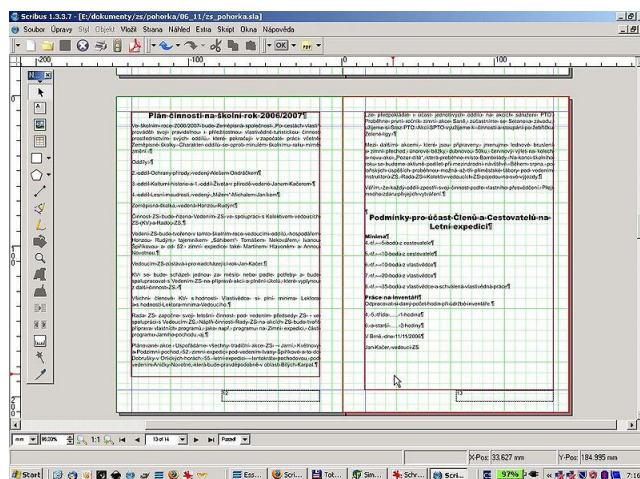
ÚKOL: Ukázka je z knihy Karla Čapka, známého novináře. Vypiš slova, která neznáš nebo jim nerozumíš a najdi na internetu jejich význam.

TVORBA TISKOVIN

V dnešní době vám mohou připadat některá slova, která použil Karel Čapek ve svém díle podivná, neznáte je. Je to také proto, že od doby, kdy napsal své povídky Jak se dělají noviny, uběhlo hodně času a přeci jen dnes se většina věcí zmodernizovala. Nejinak tomu je i při tvorbě novin, časopisů a různých tiskovin. Digitalizace dorazila i sem a dnes již nenajdete skoro žádného fotografa, který by si dával tu práci a vyvolával své fotky na papír, nebo redaktora, který by běhal s textem do tiskárny, kde by jej složitě sázel na tzv. sázečku. Dnes vládne světu médií DTP.

Výraz desktop publishing (zkráceně DTP) pochází z angličtiny. Jedná se o tvorbu tištěného dokumentu za pomoci počítače. K tomu, aby mohl dokument vzniknout, je zapotřebí kromě počítače a obsluhy, obvykle [DTP operátor](#) nebo [grafik](#), také sázečního počítačového programu.

Dnes se tedy noviny i časopisy chystají v redakcích, kde jsou počítače, tiskárny, scannery, kopírky a dole v přízemí často i velký plotter, tedy velká tiskárna na hromadný tisk. Nebo má redakce nasmlouvanou tiskárnu službou, tzn. že každý den odesílá balíček dat na flance nebo DVD do tiskárny, kde se již o tisk postarají.

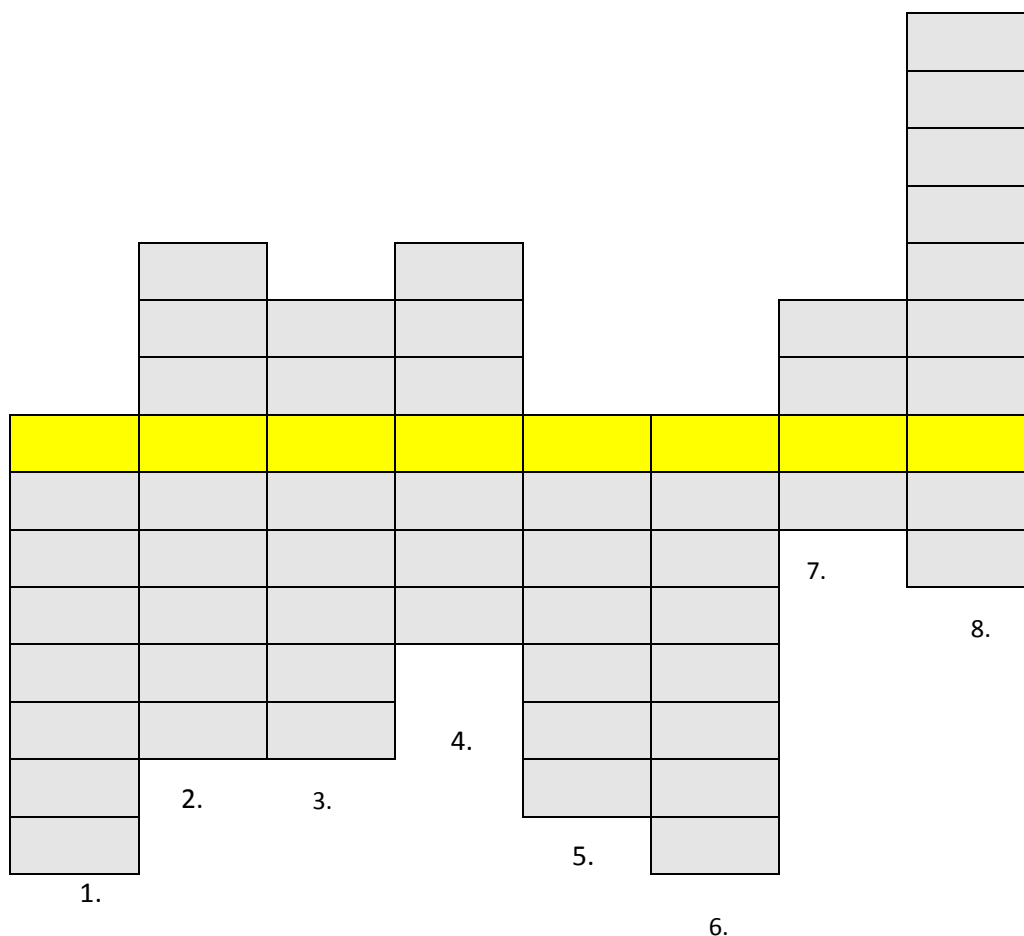


Co ale dělá noviny novinami je práce členů redakce. Kromě šéfredaktora zde sedí a tlučají do počítače redaktoři, reportéři, elévové, fotografové a grafici. Každý má přesně danou práci, která v závěru vytvoří celek.

Jakmile novinář, jedno jestli redaktor z redakce nebo reportér z terénu, dopíše svůj článek, pošle jej na **KOREKCI** – opravu. Musí si být předtím na 100% jist, že uvedené informace jsou pravdivé, že si je ověřil minimálně ze 3 na sobě nezávislých zdrojů. Korektor opraví chyby, zalomí článek do odstavců a odešle jej **GRAFIKOVI**. Ten článek „nasází“ do přichystaného vzhledu stránky, tak aby zapadl mezi ostatní. Určí počet sloupců, obrázků, barvy i tloušťku a velikost nadpisů. Poté jde již celé vydání na stůl k **EDITOROVI**. To je pán, jehož úkolem je prohlédnout navrhovaný obsah vydání, posoudit informace, řazení článků, použití fotografií, zhodnocení práce grafika. Pokud je spokojený, pošle vydání do tisku a informuje **ŠÉFREDAKTORA**. Pokud spokojený není, musí se v plánovaném vydání cokoli upravit.

OPAKOVÁNÍ

ÚKOL: Zjisti pracovní pozici v redakci, ukrytou v tajence.



1. Pracovník, který v redakci píše reportáže.
2. Pracovník, který v televizi hlásí/moderuje zprávy.
3. Článek, který informuje o události z terénu.
4. Obrázkové periodikum.
5. Pracoviště novinářů
6. Barevné audiovizuální médium.
7. Označení novinářského učeně/začátečníka.
8. Přístroj k pořizování fotografií.

ÚKOL: Popiš náplň práce tohoto zaměstnance.

M E T O D I C K Ý L I S T

Téma lekce: JAK SE DĚLAJÍ NOVINY**Časový rámec:** 2 vyučovací hodiny**Cíl lekce:** Žáci se seznamují s pojmy DTP, šéfredaktor, redaktor, kurzíva aj.**Rozvíjené klíčové kompetence:** k učení, k řešení problémů, komunikativní, pracovní, sociální**Organizace:** frontální výuka, samostatná práce, popř. partnerská výuka nebo skupinová práce**Výukové metody:** Aktivizující; Diskusní; Heuristické**Hodnocení výukového bloku:**

hodnocení učitelem – slovní hodnocení; *hodnocení žáků* – co se jim podařilo, co jim dělalo potíže; *hodnocení společné* – průběh výuky a prezentace

METODICKÝ POSTUP:

Pracovní listy s obsahem učiva vycházejí z prezentace učiva, kde jsou shrnuty základní údaje. Pracovní listy slouží k rozvíjení schopností žáků samostatně vyhledávat a zpracovávat informace. Získané vědomosti žáci využijí také při řešení finálního pracovního listu - shrnutí učiva, který je možné využít k individuální nebo skupinové práci, popřípadě jako domácí přípravu na výuku. Pracovní list je také jeden ze způsobů, jak ověřit znalosti žáka.

K práci u různých pracovních listů je nutný přístup k internetu – je uvedeno vždy u zadání úkolu, popř. pracovní list navazuje na shlédnuté video – jeho umístění či odkaz je též uveden v zadání úkolu.

Uvedené části k danému tématu jsou připojeny na DVD.

Zdroje obrázků:

Redakce - http://i.lidovky.cz/10/102/Ingal/GLU25b702_redakce.jpg

Blesk – <http://www.radiotv.cz/wp-content/uploads/2010/10/blesk.png>

Šíp – <http://www.magaziny.cz/media/logo/original/392.jpg>

Noviny - http://www.kky.zcu.cz/press/lidove_noviny_20030726_jakprepsathokejovyzapas.jpg

Bible – http://chasingalion.com/0107/images/bible_study_1600_clr.png

Elév – klipart sady MS Office

Časopis - <http://www.designmagazin.cz/foto/2008/08/casopis-dolce-vita-1.jpg>

Reportáž - <http://img.blesk.cz/img/1/full/1454721-img-video-lysohlavky-reportaz.jpg>

Zdroj ukázky: Karel Čapek, Jak se co dělá – Jak se dělají noviny dostupné jako elektronická kniha na <http://ld.johannesville.net/capek-85-jak-se-delaji-noviny>

Zdroj informací v rámečku: http://cs.wikipedia.org/wiki/Desktop_publishing a obrázek

http://cs.wikipedia.org/wiki/Soubor:Sazba_dokumentu_programem_Scribus.jpg

NOVINÁŘSKÉ ŽÁNRY A STYL

Žánr je rozdělení konkrétních forem umění podle kritérií relevantních dané formě. (www.wikipedia.org) I v novinařině můžeme mluvit o žánrech – máme dva – zpravodajský a publicistický. Dále může být každá zpráva aktuální, historická, tematická, zpráva retrospektivní, komická, tragická.... To už podle stylu, jakým je napsaná. Hlavně ale dělíme obsahy novin, časopisů, televizí a internetu do dvou základních skupin:

ZPRAVODAJSTVÍ

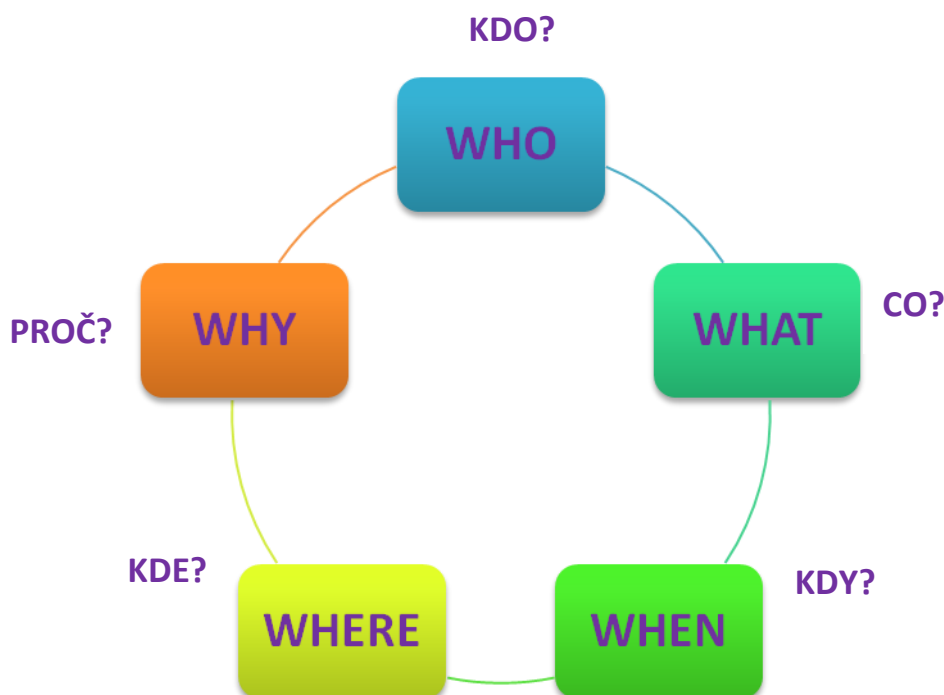
PUBLICISTIKA

ZPRAVODAJSTVÍ je jednou ze základních činností novinařiny. Jde o poskytování, zprostředkování, výběr a předkládání informací podle zaměření obsahu (kultura, sport, politika aj.) čtenářům/divákům/posluchačům v určitém čase (denně, týdně, měsíčně, půlročně...).

Zpravodajství by mělo být => **rychlé** – **přesné** – **vyvážené** – **nepředpojaté** – **poctivé při výběru** – **objektivní**.

Právě na zpravodajství a zejména na zpravodaje jsou kladen velké nároky – časové, profesní, právní. Každá zpráva by měla být ověřená – pravdivá – neurážlivá a měla by být oznámena v pravý čas.

Jednou z klasických zásad zpravodajství je „5 W“



PUBLICISTIKA je další ne nepodstatnou složkou novinářství. Jde o prezentování názorů, zpráv s posouzením, které napsal novinář, o prezentaci názorů diskutujících. Na rozdíl od zpravodajství je publicistika zkreslena a často s prezentovaným názorem nemusí čtenáři souhlasit. Publicistika užívá analýzy, hodnocení, subjektivních postojů i přesvědčovacích a emotivních prostředků.

ZPRAVODAJSKÉ ŽÁNRY	PUBLICISTICKÉ ŽÁNRY
• zpráva (klasická, zvuková, reportážní...) • komentář (je-li součástí zprávy a obsahuje-li vyjádření aktéru zprávy) • oznámení • článek • reportáž (někdy) • inzerát	• článek • sloupek • fejton • esej • reportáž (někdy, záleží na tématu a zpracování) • interview (někdy) • fotorepotáž • komiks

ZDROJE ŽURNALISTICKÝCH INFORMACÍ

VLASTNÍ ZDROJE – informace od sousedů, zaslechnuté zprávy, vlastní činností zjištěné informace

REŠERŽE– výpisky z různých encyklopedií, článků, dopisů, internetu, databáze, ročenky...

ZPROSTŘEDKOVANÉ – od kolegů, z tisku, novin, veřejnost, veřejné mínění, PR pracovníci – tiskoví mluvčí, představitelé státu, osobnosti, zpravodajské

Jak zpravodajství, tak i publicistika mohou mít formu seriózní, ale i bulvární! Rozlišuj, co čteš a měj svůj vlastní názor.

OPAKOVÁNÍ

ÚKOL: Najdi v osmisměrce tato ukrytá slova, která jsou spojena s médií a jejich mediálními obsahy.

LITERATURA, KOMENTÁŘ, REPORTÁŽ, RUBRIKY, DENÍK, ČASOPIS, ANALÝZA, ZPRÁVA, ČLÁNEK, OBSAH, NOVINY, RECENZE, ZDROJ, HISTORIE, TISK

o	i	k	w	k	é	e	í	á	r	h	ě	č	i	p	o	e	r	s	s
i	e	j	e	o	j	k	l	h	e	n	o	v	i	n	k	y	r	p	t
u	u	h	r	m	n	b	j	n	g	m	k	j	r	f	r	a	e	b	o
t	a	g	t	e	k	k	j	k	l	o	i	u	t	ch	d	e	s	b	r
i	l	f	z	n	č	l	á	n	e	k	h	z	t	d	s	a	s	a	i
s	s	d	u	t	g	z	í	m	p	l	n	b	g	e	h	a	k	n	e
k	n	s	u	á	t	u	o	n	k	q	a	s	s	w	h	k	u	i	t
w	d	a	á	ř	ř	ch	u	z	p	r	a	v	a	g	j	a	v	r	s
h	k	q	ř	ž	e	t	l	l	b	z	u	e	r	z	d	r	o	j	i
e	i	r	e	c	e	n	z	e	j	h	h	s	w	š	r	e	s	k	r
o	u	w	t	j	j	k	d	u	l	d	s	i	n	j	q	w	a	a	k
d	u	e	r	k	j	i	h	e	j	e	z	p	m	j	k	a	l	l	a
k	g	r	g	b	f	j	w	h	j	i	n	o	v	i	n	y	i	a	z
d	r	r	e	p	o	r	t	á	ž	u	a	s	u	b	j	a	k	s	ý
j	a	t	o	í	h	a	q	n	m	d	s	a	d	r	o	z	ch	k	l
r	p	z	á	h	t	e	y	b	l	f	g	č	x	w	ž	z	k	a	a
m	c	u	u	f	f	r	c	v	k	j	h	k	i	z	ý	á	é	j	n
r	u	b	r	i	k	y	x	d	e	n	í	k	u	s	í	h	o	e	a

ÚKOL: Pokud jsi našel některé novinářské žánry, ať již ze zpravodajství nebo z publicistiky, vypiš je do tabulky a označ Z u zpravodajství nebo P u publicistiky.

M E T O D I C K Ý L I S T

Téma lekce: NOVINÁŘSKÉ ŽÁNRY A STYLY

Časový rámec: 2 vyučovací hodiny

Cíl lekce: Žáci se seznamují s pojmy zpravodajství, publicistika, zpráva, komentář aj.

Rozvíjené klíčové kompetence: k učení, k řešení problémů, komunikativní, pracovní, sociální

Organizace: frontální výuka, samostatná práce, popř. partnerská výuka nebo skupinová práce

Výukové metody: Aktivizující; Diskusní; Heuristické

Hodnocení výukového bloku:

hodnocení učitelem – slovní hodnocení; *hodnocení žáků* – co se jim podařilo, co jim dělalo potíže; *hodnocení společné* – průběh výuky a prezentace

M E T O D I C K Ý P O S T U P:

Pracovní listy s obsahem učiva vycházejí z prezentace učiva, kde jsou shrnuty základní údaje. Pracovní listy slouží k rozvíjení schopností žáků samostatně vyhledávat a zpracovávat informace. Získané vědomosti žáci využijí také při řešení finálního pracovního listu - shrnutí učiva, který je možné využít k individuální nebo skupinové práci, popřípadě jako domácí přípravu na výuku. Pracovní list je také jeden ze způsobů, jak ověřit znalosti žáka.

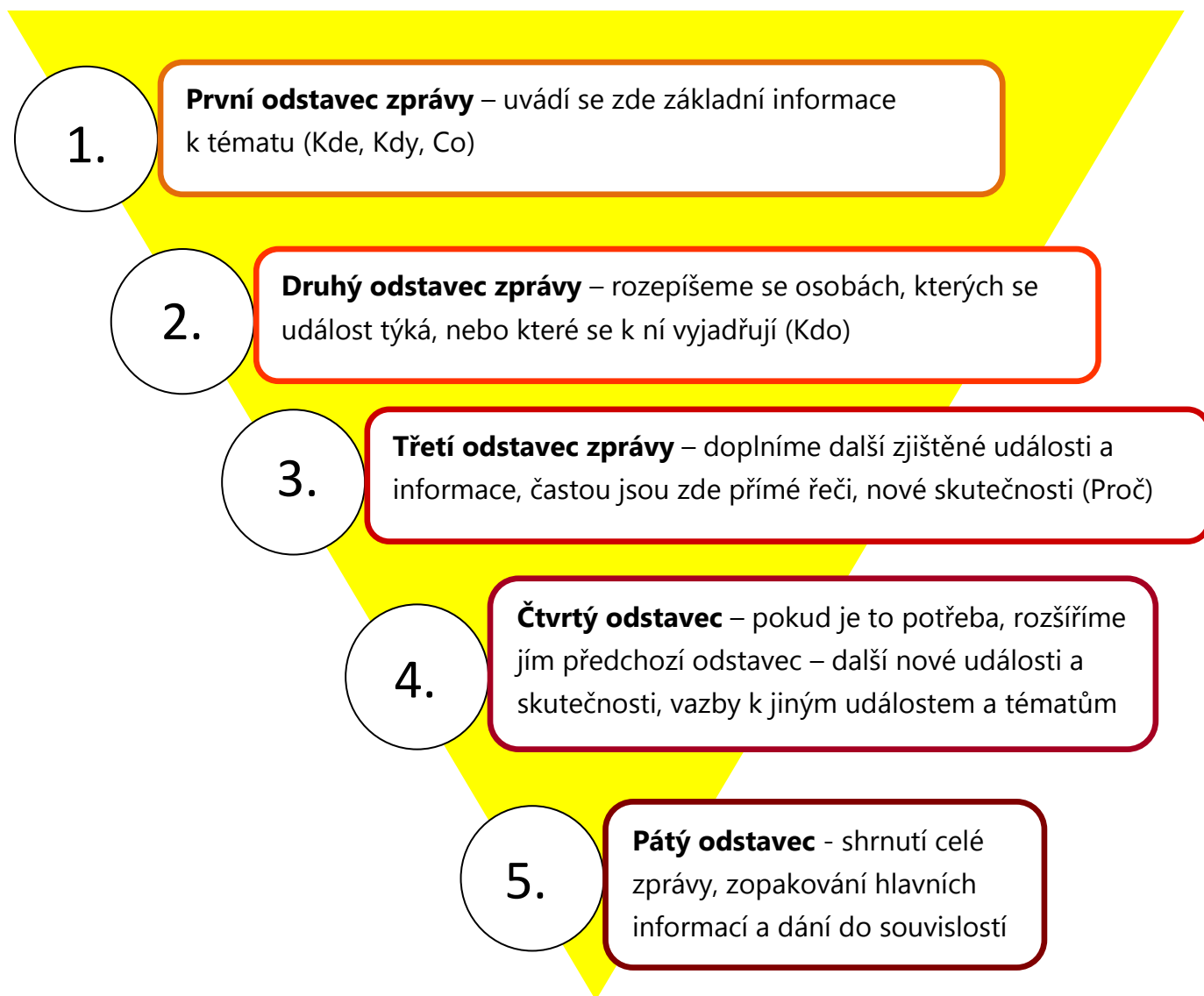
K práci u různých pracovních listů je nutný přístup k internetu – je uvedeno vždy u zadání úkolu, popř. pracovní list navazuje na shlédnuté video – jeho umístění či odkaz je též uveden v zadání úkolu.

Uvedené části k danému tématu jsou připojeny na DVD.

PÍŠEME VLASTNÍ ZPRÁVY

Konstrukce zprávy – každá zpráva, kterou chceme napsat, má svou stavbu, tedy způsob, jak řadíme informace. Při psaní zprávy dodržujeme 5W – Who, What, When, Where, Why, tedy odpovědi na 5 základních otázek.

Jedním ze základních principů tvorby textu je **OBRÁCENÁ PYRAMIDA** – zprávy řadíme podle této pyramidy sestupně, tedy od méně důležitého k tomu nejdůležitějšímu.



Na co si dát pozor:

- **Na konstrukci zprávy** = nic nevynechat
- **Na délku zprávy** = ne moc krátké, ale romány také nikdo nečte
- **Na původ zprávy** = někdy je rozdíl mezi bulvárem a seriózní zprávou příliš malý a nezřetelný

ÚKOL: Podívej se na tyto tři články o stejné události a zkus k nim napsat vlastní nadpisy, protože NADPIS PRODÁVÁ ČLÁNEK. Vymysli nadpisy podle toho, zda zpráva na tebe působí seriózně (2 články) nebo bulvárně (1 článek).

8. října 2012 15:51

Policie upozorňuje na stoupající počet případů, ve kterých dochází k šíření škodlivého kódu a infikování počítačů takzvaným "trojským koněm". Kód po aktivaci upozorní uživatele, že byl jeho počítač zablokován "České republiky Police". Po původním zdroji policisté zatím pátrají, nyní už je však určité víc než jen jeden.



Trojský kůň se pod hlavičkou policie šíří internetem. | foto: Profimedia.cz

**Jak na tebe zpráva působí?
Popiš vlastními slovy, zda by sis po přečtení této zprávy dával větší pozor na internetu.**

"V posledních dnech jsme zaznamenali zvýšený počet případů, ve kterých dochází k šíření počítačového škodlivého kódu," varuje mluvčí Policejního prezidia Zuzana Součková.



Podle ní se trojský kůň objevuje zejména na erotických stránkách či při instalaci nelegálních programů. Po aktivaci pak virus stahuje citlivá data a zároveň může i spustit webkameru, pomocí níž pořídí snímek dotčeného uživatele internetu.

**DATUM VYDÁNÍ a
STATUS článku
(aktualizováno,
archív aj.)**

**DOMICIL –
umístění článku
do místa dění.**

**PEREX – 2-5 vět,
které stručně
uvozují
problematiku.**

Aktualizováno 5. března 2013 10:43; aktualizováno 11:27

PRAHA - Vlna kybernetických útoků na významné české weby pokračuje. V úterý ráno pod jejich náporu zkolaboval dokonce i portál Seznam.cz – vůbec nejnavštěvovanější tuzemský web.

Po deváté hodině ranní byla webová adresa Seznam.cz nedostupná. Stejně jako zpravodajské weby v pondělí se stal terčem hromadného internetového útoku ze zahraničí. Později byl portál opět částečně uveden do provozu.

„Jedná se o obdobný útok jako v pondělí. Přišel ze zahraničí a našemu technickému oddělení se zatím podařilo jeho zdroj odfiltrovat,“ řekla serveru Lidovky.cz mluvčí Seznamu Irena Zatloukalová.

Společnost později vydala prohlášení, že od svých služeb „odřízla“ některé uživatele ze zahraničí a potvrdila, že využívá kontaktů v ruském portálu Yandex, se kterým Seznam spolupracuje.

4. března 2013 | 10:53 [To se mi líbí](#) [Sdílet](#) [ČIST DISKUSI K ČLÁNKU](#)

Na české zpravodajské servery zaútočili hackeři! Přetížili jejich stránky. Šlo o největší kyberútoky v České republice, které se naštěstí Blesk.cz vyhnuly.

SOUVISEJÍCÍ ČLÁNKY

Některé české zpravodajské servery čelí dnes od rána útoku hackerů. Přetížení způsobuje nedostupnost stránek. Nefungují například iDnes.cz a iHned.cz. Servery o kyberútocích informovaly na svých facebookových stránkách.

Útoky začaly v 08:30

Weby začaly mít problémy okolo 08:30. „Podle prvních informací se zdá, že někdo napadl jejich servery,“ uvedl iHned.cz na svém facebookovém profilu. „Máme problém s databázemi,“ řekl Ondřeje Tolar z iDnes.cz. Výpadky trvaly 3 hodiny, šlo o největší útok v historii Česka.

ÚKOL: Přečti si uvedené nadpisy a zkus určit, zda se jednalo o článek seriózního zpravodajství (označ S) nebo bulvárního (označ B).

[Policie obvinila střelce z Chrastavy z výtržnictví, hrozí mu až dva roky](#)

[Zpěvák Blytha soud zprostil viny za usmrcení fanouška](#)

DRSNÝ KŠEFT S NEVĚROU: ORNELLA ŠTIKOVÁ CHCE ZA POROD A KOKTU STATISÍCE

[Vilhelmová rozcupovala Farnou!](#)

[IKEA stahuje z prodeje mandlové dorty, obsahovaly fekální bakterie](#)

Soud rozhodl: Metalista Blythe za smrt fanouška nemůže

[Soudům se podle analýzy nedaří prokazovat nepřímé úplatkářství](#)

[Donchuán Miroslav Macek: Ukázal svoji sexy kočičku Klausovi!](#)

M E T O D I C K Ý L I S T**Téma lekce: JSME SOUČÁSTÍ MEDIÁLNÍHO OBSAHU****Časový rámec:** 2 vyučovací hodiny**Cíl lekce:** Žáci se seznamují s pojmy média, bulvár, zpravodajství, noviny, paparazzi aj.**Rozvíjené klíčové kompetence:** k učení, k řešení problémů, komunikativní, pracovní, sociální**Organizace:** frontální výuka, samostatná práce, popř. partnerská výuka nebo skupinová práce**Výukové metody:** Aktivizující; Diskusní; Heuristické**Hodnocení výukového bloku:***hodnocení učitelem* – slovní hodnocení; *hodnocení žáků* – co se jim podařilo, co jim dělalo*potíže; hodnocení společné* – průběh výuky a prezentace**M E T O D I C K Ý P O S T U P:**

Pracovní listy s obsahem učiva vycházejí z prezentace učiva, kde jsou shrnuty základní údaje. Pracovní listy slouží k rozvíjení schopností žáků samostatně vyhledávat a zpracovávat informace. Získané vědomosti žáci využijí také při řešení finálního pracovního listu - shrnutí učiva, který je možné využít k individuální nebo skupinové práci, popřípadě jako domácí přípravu na výuku. Pracovní list je také jeden ze způsobů, jak ověřit znalosti žáka.

K práci u různých pracovních listů je nutný přístup k internetu – je uvedeno vždy u zadání úkolu, popř. pracovní list navazuje na shlédnuté video – jeho umístění či odkaz je též uveden v zadání úkolu.

Uvedené části k danému tématu jsou připojeny na DVD.

Zdroje obrázků:

Printscreen titulní článků:

iDnes - http://zpravy.idnes.cz/sireni-pocitacoveho-viru-0yf-/krimi.aspx?c=A121008_144459_domaci_maq

Lidovky - http://byznys.lidovky.cz/seznam-cz-zkolaboval-kvuli-kybernetickemu-utoku-z-ruska-peh-/firmy-trhy.aspx?c=A130305_104359_firmy-trhy_mev

Blesk - <http://www.blesk.cz/clanek/digital-internet/191941/na-zpravodajske-servery-v-cesku-zautocili-hackeri-blesk-cz-bezel-dal.html> - smazán část printscreenu /reklama/

Řešení – titulky k článkům:

I.zpráva – seriózní – www.idnes.cz

II.zpráva – sriózní – www.lidovky.cz

III.zpráva – bulvární – www.blesk.cz

Řešení – poznej zprávu podle titulku:

[Policie obvinila střelce z Chrastavy z výtržnictví, hrozí mu až dva roky](#) – S www.lidovky.cz

[Zpěváka Blytha soud zprostil viny za usmrcení fanouška](#) – S www.lidovky.cz

[Drsný kšeft s nevěrou: ornella štiková chce za porod a koktu statisíce](#) – B www.super.cz

[Vilhelmová rozcupovala Farnou!](#) B – www.ahaonline.cz

[IKEA stahuje z prodeje mandlové dorty, obsahovaly fekální bakterie](#) – S www.novinky.cz

Soud rozhodl: Metalista Blythe za smrt fanouška nemůže

[Soudům se podle analýzy nedaří prokazovat nepřímé úplatkářství](#) – S www.ctk.cz

[Donchuán Miroslav Macek: Ukázal svoji sexy kočičku Klausovi!](#) – B www.ahaonline.cz

NA VZHLEDU ZÁLEŽÍ

Říká se, a je to pravda, že obal prodává výrobek. A nejenak je tomu i v případě informací. Dobře „zabalená“ informace se mnohem lépe prodává a prezentuje. Toho si jsou vědomi světoví i domácí mediální magnáti a proto i oni své zprávy halí do pěkných „oblečků“.

V případě **NOVIN** nebo **ČASOPISŮ** je to kvalitní papír, o který si dnes již neumažete prsty tiskařskou černí a hlavně barevnost.



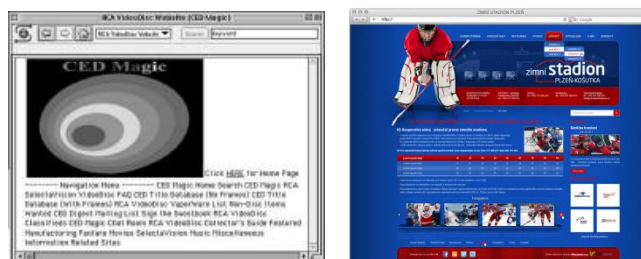
V **RÁDIU** sází na speakery, často z řad osobností herců, modelů či sportovců a připravují pro ně zábavné pořady, jimiž prokládají denní vysílání.



V **TELEVIZI** najdete líbivou grafiku, sličnou slečnu moderátorku, jejíž věk není často na 40 let a hrdinného moderátora.



A pozadu není ani **INTERNET**, který se snaží nabízet graficky pěkně barevné, ale přesto rychlost neomezující stránky, které plní jejich tvůrci haldami informací.



ČLENĚNÍ TITULNÍ STRÁNKY

Titulní stránka deníků má některá své již vžitá pravidla o umísťování článků a fotek.

Logo novin, název internetové stránky, datum vydání.
Často bývá i číslo vydání nebo ročník.

Úvodní fotka na titulce – často k nejdůležitějšímu článku.

Hlavní článek na titulce – často jde o zkrácenou verzi, pokračování textu bývá uprostřed listu.

Seznam článků, které jsou uvnitř listu. Jde o hlavní článek každé jedné rubriky – kultura, sport, politika aj.

Cena vydání, info o předplatném a čárový kód – nosič informací o novinách

Ysočina
Sto milionů do zoo
Díky dotaci vyroste v Jihlavě šest nových pavilonů.
Každý den příloha z vašeho kraje

MLADÁ FRONTA
DNEŠ
WWW.IDNES.CZ PÁTEK 8. 7. 2011

VÍTEJTE V KURZU VAŘENÍ
Zkušení kuchaři vás naučí vařit i podle exotických receptů. Přehled kurzů, které za to stojí. Příloha Léto, sešit C

Test: lékárníci prodají i smrtící kombinaci léků
Všechno, co vám řekne lékárník, je správné. Některá doporučení vás mohou i zabít. Ukázal to test MF DNEŠ, v němž redaktoři ve spolupráci s lékárnickou komorou vyzkoušeli, zda personál umí kvalifikovaně poradit.

VIRTUOS Zemřel houslista Josef Suk

Ceny padají, Češi kupují větší auta
Nový vůz už stačí sedm platů. Zlevňují hlavně vozy střední třídy. Octavia stojí o čtvrt fabia

Špatná pšenice? Žádný problém. Ukradneme lepší
DNEŠ zmapovala případy, jak komunistická vědecká-technická rozvědka kradla na Západě technologie na výrobu lepšího pneumatik, kinofilmů či čipů

Sobotní magazín Víkend
Rozhovor s Petrou Kvitovou

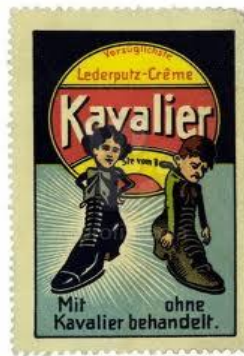
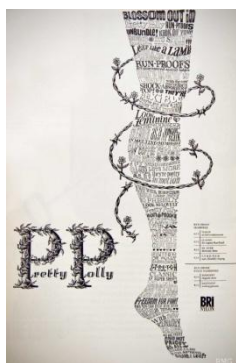
PŘEDPLATNÉ: 22 550 Kč

ÚKOL: Co ti na titulní stránce chybí, co bys tam přidal? Dopiš svůj návrh.

VIZUÁLNĚ SE ZMĚNILA I REKLAMA

Svou vizuální stránku změnila během uplynulých let i reklama.

ÚKOL: Podívej se na tyto historické plakáty a reklamní letáky. Napiš pod obrázky, jakého výrobku se reklama týká a pote k nim přiřaď dnešní moderní reklamu každého výrobku.





ÚKOL: Vyber si z nabízených časopisů nebo novin jeden výtisk. Popiš, čeho se týká, jak na tebe působí jeho grafika, jeho obsah a co bys změnil.

M E T O D I C K Ý L I S T

Téma lekce: JSME SOUČÁSTÍ MEDIÁLNÍHO OBSAHU

Časový rámec: 2 vyučovací hodiny

Cíl lekce: Žáci se seznamují s pojmy média, bulvár, zpravodajství, noviny, paparazzi aj.

Rozvíjené klíčové kompetence: k učení, k řešení problémů, komunikativní, pracovní, sociální

Organizace: frontální výuka, samostatná práce, popř. partnerská výuka nebo skupinová práce

Výukové metody: Aktivizující; Diskusní; Heuristické

Hodnocení výukového bloku:

hodnocení učitelem – slovní hodnocení; *hodnocení žáků* – co se jim podařilo, co jim dělalo

potíže; *hodnocení společné* – průběh výuky a prezentace

M E T O D I C K Ý P O S T U P:

Pracovní listy s obsahem učiva vycházejí z prezentace učiva, kde jsou shrnuty základní údaje. Pracovní listy slouží k rozvíjení schopností žáků samostatně vyhledávat a zpracovávat informace. Získané vědomosti žáci využijí také při řešení finálního pracovního listu - shrnutí učiva, který je možné využít k individuální nebo skupinové práci, popřípadě jako domácí přípravu na výuku. Pracovní list je také jeden ze způsobů, jak ověřit znalosti žáka. Poslední aktivita vyžaduje od pedagoga sbírku různých tištěných periodik – noviny, časopisy, bulletiny aj.

K práci u různých pracovních listů je nutný přístup k internetu – je uvedeno vždy u zadání úkolu, popř. pracovní list navazuje na shlédnuté video – jeho umístění či odkaz je též uveden v zadání úkolu.

Uvedené části k danému tématu jsou připojeny na DVD.

Zdroje obrázků:

Noviny - <http://www.hamelika.cz/kultura/noviny/zeitung2.png>;

http://i.idnes.cz/09/123/gal/KLU2ffc59_MFD23.jpg

Televizní vysílání - <http://www.radiotv.cz/wp-content/uploads/2010/02/ceskoslovenska-televize-studio-50-leta-velky.jpg>; http://i.iinfo.cz/urs/Z1_konec-129586987752975.jpg

Rozhlas – reklama na rozhlas - <http://www.mediaevne.cz/uploads/assets/img-radia/radio-cesky-rozhlas-vltava.jpg>; http://www.radioservis-as.cz/archiv07/12_07/images/12_09.jpg

Internet - http://it.pedf.cuni.cz/prakcin/thumbs/116_t.jpg; <http://web-planet.cz/uploads/references/zimak.png>

Historie reklamy – <http://www.sberatel.info/public/clanky/2012/obr.jpg>;

[http://www.google.cz/url?sa=i&rct=j&q=historick%C3%A1%20reklama&source=images&cd=&cad=rja&docid=r05HX2p_PE6-](http://www.google.cz/url?sa=i&rct=j&q=historick%C3%A1%20reklama&source=images&cd=&cad=rja&docid=r05HX2p_PE6-4M&tbnid=I06pF6nlhMumdM:&ved=0CAUQjRw&url=http%3A%2F%2Fwww.profimedia.cz%2Ffotografie%2Fhist)

[4M&tbnid=I06pF6nlhMumdM:&ved=0CAUQjRw&url=http%3A%2F%2Fwww.profimedia.cz%2Ffotografie%2Fhist](http://www.google.cz/url?sa=i&rct=j&q=historick%C3%A1%20reklama&source=images&cd=&cad=rja&docid=r05HX2p_PE6-4M&tbnid=I06pF6nlhMumdM:&ved=0CAUQjRw&url=http%3A%2F%2Fwww.profimedia.cz%2Ffotografie%2Fhist)

[oricka-](http://www.google.cz/url?sa=i&rct=j&q=historick%C3%A1%20reklama&source=images&cd=&cad=rja&docid=r05HX2p_PE6-4M&tbnid=I06pF6nlhMumdM:&ved=0CAUQjRw&url=http%3A%2F%2Fwww.profimedia.cz%2Ffotografie%2Fhist)

[reklama%2F0040474178%2F&ei=8Rs3UZKgGsGHtQas4YDIDA&bvm=bv.43287494,d.Yms&psig=AFQjCNGgCCXx](http://www.google.cz/url?sa=i&rct=j&q=historick%C3%A1%20reklama&source=images&cd=&cad=rja&docid=r05HX2p_PE6-4M&tbnid=I06pF6nlhMumdM:&ved=0CAUQjRw&url=http%3A%2F%2Fwww.profimedia.cz%2Ffotografie%2Fhist)

[yIWYzJbJiUW5xHr8v6ZA&ust=1362652453208100;](http://www.google.cz/url?sa=i&rct=j&q=historick%C3%A1%20reklama&source=images&cd=&cad=rja&docid=r05HX2p_PE6-4M&tbnid=I06pF6nlhMumdM:&ved=0CAUQjRw&url=http%3A%2F%2Fwww.profimedia.cz%2Ffotografie%2Fhist)

[http://mojenozky.cz/files/styles/fourcol/public/pictures/6925-5808.jpg; http://www.mirecekp.net/wp-](http://www.google.cz/url?sa=i&rct=j&q=historick%C3%A1%20reklama&source=images&cd=&cad=rja&docid=r05HX2p_PE6-4M&tbnid=I06pF6nlhMumdM:&ved=0CAUQjRw&url=http%3A%2F%2Fwww.profimedia.cz%2Ffotografie%2Fhist)

[content/uploads/2012/06/google-reklama-jizdni-kola.jpg; http://im9.cz/iR/importprodukt-](http://www.google.cz/url?sa=i&rct=j&q=historick%C3%A1%20reklama&source=images&cd=&cad=rja&docid=r05HX2p_PE6-4M&tbnid=I06pF6nlhMumdM:&ved=0CAUQjRw&url=http%3A%2F%2Fwww.profimedia.cz%2Ffotografie%2Fhist)

[orig/4e2/4e2972bc43512a552a8fd10dc01e1f6c.jpg;](http://www.google.cz/url?sa=i&rct=j&q=historick%C3%A1%20reklama&source=images&cd=&cad=rja&docid=r05HX2p_PE6-4M&tbnid=I06pF6nlhMumdM:&ved=0CAUQjRw&url=http%3A%2F%2Fwww.profimedia.cz%2Ffotografie%2Fhist)

[http://img9.ct24.cz/cache/616x347/article/31/3069/306813.jpg?1322505014;](http://www.google.cz/url?sa=i&rct=j&q=historick%C3%A1%20reklama&source=images&cd=&cad=rja&docid=r05HX2p_PE6-4M&tbnid=I06pF6nlhMumdM:&ved=0CAUQjRw&url=http%3A%2F%2Fwww.profimedia.cz%2Ffotografie%2Fhist)

[http://www.mezizenami.cz/data/files/Impregnace_mmm.jpg](http://www.google.cz/url?sa=i&rct=j&q=historick%C3%A1%20reklama&source=images&cd=&cad=rja&docid=r05HX2p_PE6-4M&tbnid=I06pF6nlhMumdM:&ved=0CAUQjRw&url=http%3A%2F%2Fwww.profimedia.cz%2Ffotografie%2Fhist)

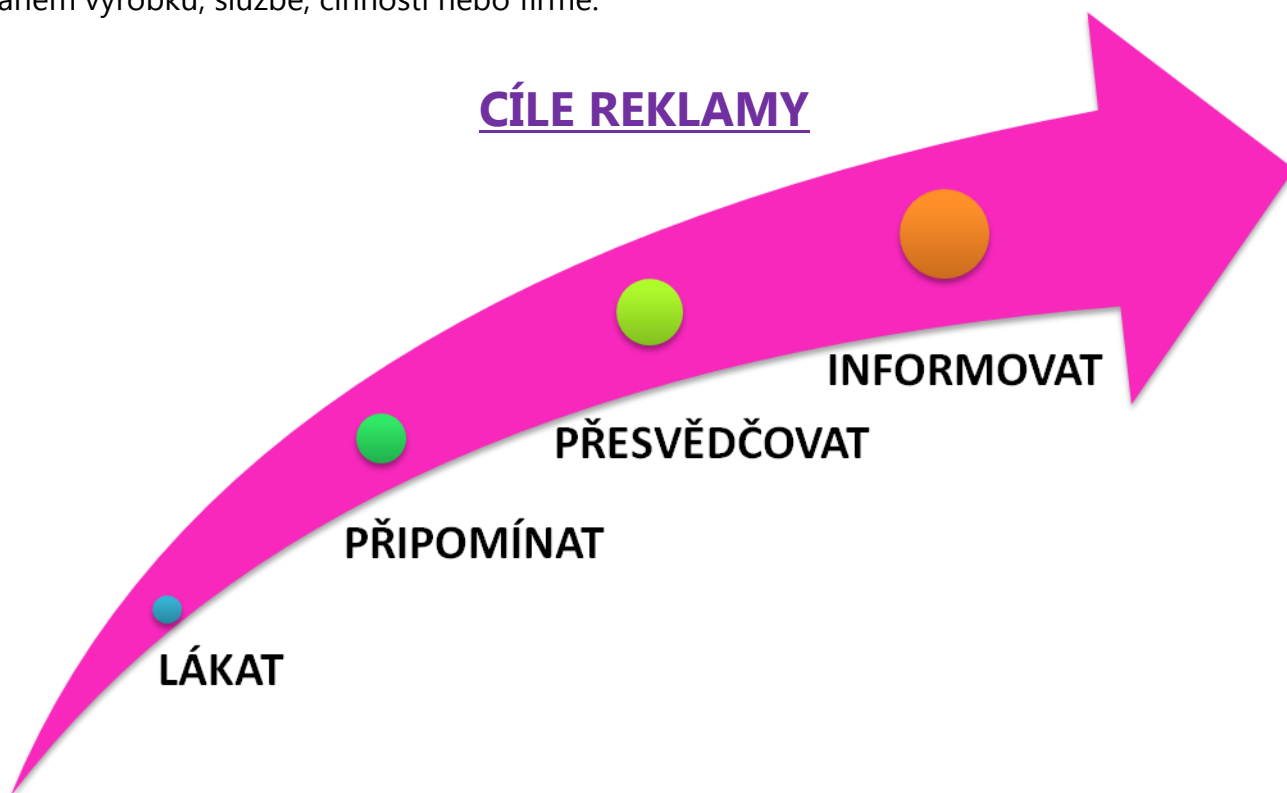
KLAMNÝ SVĚT REKLAMY

Útočí na nás ze všech stran. Z billboardů, novin, časopisů, televize i rádia. Jsou vylepeny na sloupech, máme je zastrkané doma v poštovních schránkách. Reklama je prostě všudypřítomná. Musí být, je to totiž hlavní příjem většiny médií (mimo média veřejné sféry, tam tvoří reklama jen omezený podíl zisku a její rozsah je také omezen). Kdy je ale reklama pravdivá a kdy klame?

REKLAMA - placené sdělení propagující produkt nebo službu, značku či firmu popř. i osobu.

KLAMAVÁ REKLAMA – šíření klamných a nepravdivých údajů záměrně či nevědomě o daném výrobku, službě, činnosti nebo firmě.

CÍLE REKLAMY



TYPY REKLAMY

ÚKOL: Uved' ke každému z typů reklamy nejznámější případ.

Inzerce v tisku _____

Televizní spot _____

Rozhlasový spot _____

Internetová kampaň _____

ÚKOL: Podívej se na uvedené reklamy a ke každé do rámečku napiš, jak na tebe působí. Označ 1-5 (1 nejméně věrohodná/pravdivá - 5 nejvíce věrohodná/pravdivá).











ÚKOL: Spoj uvedené pojmy, které souvisí s reklamou, s jejich charakteristikou.

SKRYTÁ REKLAMA
účastník ankety
REGULACE REKLAMY
krátká video scénka představující produkt
SPOT
státem omezená reklama některých výrobků
RESPONDENT
osoba, která si podává inzerát
INZERENT
forma reklamy, která není patrná na první pohled (třeba reklama na určitý výrobek ve filmu)

ÚKOL: Vymysli nový výrobek, kterému podle jednotlivých kroků navrhneš marketingovou kampaň.

Jméno výrobku

Popis výrobku

Logo výrobku
- návrh

Cílová skupina

Finanční náklad na
kampaň.

Návrh reklamní kampaně – kde, co, jak Tedy obsah kampaně, její vyhotovení a umístění.

M E T O D I C K Ý L I S T

Téma lekce: KLAMNÝ SVĚT REKLAMY

Časový rámec: 2 vyučovací hodiny

Cíl lekce: Žáci se seznamují s pojmy reklama, inzerce, inzerent, billboard, spot aj.

Rozvíjené klíčové kompetence: k učení, k řešení problémů, komunikativní, pracovní, sociální

Organizace: frontální výuka, samostatná práce, popř. partnerská výuka nebo skupinová práce

Výukové metody: Aktivizující; Diskusní; Heuristické

Hodnocení výukového bloku:

hodnocení učitelem – slovní hodnocení; *hodnocení žáků* – co se jim podařilo, co jim dělalo

potíže; hodnocení společné – průběh výuky a prezentace

M E T O D I C K Ý P O S T U P:

Pracovní listy s obsahem učiva vycházejí z prezentace učiva, kde jsou shrnuty základní údaje. Pracovní listy slouží k rozvíjení schopností žáků samostatně vyhledávat a zpracovávat informace. Získané vědomosti žáci využijí také při řešení finálního pracovního listu - shrnutí učiva, který je možné využít k individuální nebo skupinové práci, popřípadě jako domácí přípravu na výuku. Pracovní list je také jeden ze způsobů, jak ověřit znalosti žáka.

K práci u různých pracovních listů je nutný přístup k internetu – je uvedeno vždy u zadání úkolu, popř. pracovní list navazuje na shlédnuté video – jeho umístění či odkaz je též uveden v zadání úkolu.

Uvedené části k danému tématu jsou připojeny na DVD.

Zdroje obrázků:

reklama1 – printscreen obrazovky www.super.cz

reklama 2 –printscreen obrazovky www.blesk.cz

reklama3 – printscreen obrazovky www.idnes.cz

reklama4 – printscreen obrazovky <http://prozeny.blesk.cz/>

reklama5 - printscreen obrazovky www.idnes.cz

AUDIOVIZUÁLNÍ INFORMACE

Mezi audiovizuální informace řadíme informace zprostředkované televizním vysíláním VIZUÁLNÍ - VIDEO, rozhlasovým vysíláním AUDIO a nově i informace získané formou internetu – kombinuje AUDIO i VIDEO.

HISTORIE TELEVIZNÍHO VYSÍLÁNÍ - televizní vysílání je soustava [telekomunikačních](#) zařízení pro vysílání a přijímání rychlého sledu obrázků a zvuku na dálku. v dnešní době probíhá takřka po celém světě digitalizace, která nahrazuje původní analogové vysílání.

První televizní společnost [Television Ltd.](#) založil [John Baird](#) v roce [1925](#).

V ČR bylo televizní vysílání zahájeno 1. května [1953](#), kdy začíná první pravidelné zkušební veřejné vysílání. Studia jsou v Praze, Brně, Ostravě a Bratislavě. V září [1961](#) má koncesi 1 mil. majitelů televizních přijímačů, v roce [1963](#) je to již 1,5 mil. majitelů. Televize vysílá v roce 1953 3 dny v týdnu, od roku 1958 pak již 7 dní. V roce [1966](#) je zahájeno první televizní reklamní vysílání, [1970](#) začíná vysílat druhý program, [1973](#) je spuštěno barevné vysílání.

Po roce 1989 se koncese – licence na prostor pro televizní společnosti, uvolnila i pro soukromé televizní stanice. Začala vysílat TV NOVA, později i TV PRIMA. Dnes na digitálním trhu je prostor takřka neomezený a nové televizní stanice vznikají a zanikají denně.

HISTORIE ROZHLASOVÉHO VYSÍLÁNÍ

Rozhlas je [telekomunikační](#) zařízení pro jednosměrný přenos [zvuku](#) na dálku. Cizím slovem, které už ale v češtině značně zdomácnělo, se také rozhlas označuje výrazem rádio. Obvykle jako přenosové médium slouží vysokofrekvenční [elektromagnetické \(radiové\) vlny](#), ale používají se i metalické linky ([rozhlas po drátě](#), [místní rozhlas](#)) a v poslední době se rozhlas šíří i pomocí [internetu](#) a vysíláním ze satelitních družic.

- [1893](#) - [Nikola Tesla](#) předvádí první veřejnou demonstraci rádia a radiového spojení
- [1910](#) - první rozhlasový přenos z Metropolitní opery v New Yorku
- [1920](#) - rozhlas vysílá výsledky amerických prezidentských voleb
- [1922](#) - v [Anglii](#) zahájeno pravidelné rozhlasové vysílání [BBC](#)
- [1923](#) - ve [Kbelích](#) dne [18. května](#) začíná vysílat český rozhlas „[Radiojournal](#)“

ÚKOL: Jaké znáš televizní stanice, které vysílají v českém jazyce? Vypiš jich co nejvíce.

Jaké znáš rozhlasové stanice a na jaké frekvenci vysílají?

Jaké rozhlasové pořady posloucháš?

Máš rádio nastavené i na internetu?

ÚKOL: Představ si, že jsi DRAMATURG nového televizního nebo rozhlasového pořadu. Promysli si a pak napiš, jaký pořad bys vyrobil. Vyplň postupně dané otázky:

NÁZEV

CÍLOVÁ SKUPINA

TÉMA – ZAMĚŘENÍ

OSOBY – MODERÁTOR, HLASATEL, KOMPARS AJ.

VYSÍLACÍ ČAS – UMÍSTĚNÍ V PROGRAMU TELEVIZE

DÉLKA VYSÍLÁNÍ

ÚKOL: Jaké pracovní pozice najdeš v televizi? V případě nutnosti použij internet.

ÚKOL: Jaké pracovní pozice najdeš v rádiu?

ÚKOL: Jaké pracovní pozice najdeš u vydavatelů internetových novin?

ÚKOL: Zjisti, jaké zákony ČR se vztahují na vydavatele novin, časopisů a provozovatele televizního nebo rozhlasového vysílání.

Ukazuje se, že dětská televize je novým tahem mediálních magnátů a společností. Dříve volnočasový projekt zájmových sdružení se nyní stává plnohodnotnou náplní zpravodajství a publicistiky.

DĚTSKÁ TELEVIZE MEDIA TV

Viz <http://mediatv.cz/>

NOVÁ DĚTSKÁ TELEVIZE SE BUDE JMENOVAT DÉČKO, VYSÍLAT ZAČNE NA KONCI SRPNA

Viz http://zpravy.idnes.cz/ceska-televize-spusti-v-srpnu-novy-detsky-kanal-decko-pf7-domaci.aspx?c=A130221_105545_domaci_hv

M E T O D I C K Ý L I S T

Téma lekce: AUDIOVIZUÁLNÍ INFORMACE

Časový rámec: 2 vyučovací hodiny

Cíl lekce: Žáci se seznamují s pojmy média, bulvár, zpravodajství, noviny, paparazzi aj.

Rozvíjené klíčové kompetence: k učení, k řešení problémů, komunikativní, pracovní, sociální

Organizace: frontální výuka, samostatná práce, popř. partnerská výuka nebo skupinová práce

Výukové metody: Aktivizující; Diskusní; Heuristické

Hodnocení výukového bloku:

hodnocení učitelem – slovní hodnocení; *hodnocení žáků* – co se jim podařilo, co jim dělalo potíže; *hodnocení společné* – průběh výuky a prezentace

M E T O D I C K Ý P O S T U P:

Pracovní listy s obsahem učiva vycházejí z prezentace učiva, kde jsou shrnuty základní údaje. Pracovní listy slouží k rozvíjení schopností žáků samostatně vyhledávat a zpracovávat informace. Získané vědomosti žáci využijí také při řešení finálního pracovního listu - shrnutí učiva, který je možné využít k individuální nebo skupinové práci, popřípadě jako domácí přípravu na výuku. Pracovní list je také jeden ze způsobů, jak ověřit znalosti žáka.

K práci u různých pracovních listů je nutný přístup k internetu – je uvedeno vždy u zadání úkolu, popř. pracovní list navazuje na shlédnuté video – jeho umístění či odkaz je též uveden v zadání úkolu.

Uvedené části k danému tématu jsou připojeny na DVD.

MÉDIA JAKO HYBATELÉ DĚJIN

Média a mediální instituce mají velikou moc. Ne nadarmo se říká, že informace je zboží, za něž je třeba draze platit. Média sehrála v životech lidí velkou roli a byla často doslova hybateli dějin. *K následující práci je nutné připojení na internet – vyhledávání souvislostí.*

- Jsou zprávy, které rozhýbaly dějiny.

AFÉRA WATERGATE – na základě článku Boba Woodwarda a Carla Bernsteina byl tehdejší prezident USA nucen rezignovat, protože se prokázalo, že věděl o odposlechu opoziční strany.

Více najdeš na <http://cs.wikipedia.org/wiki/Watergate> a video <http://zpravy.tiscali.cz/afera-watergate-politicky-skandal-ktery-pred-40-lety-zmenil-ameriku-143284>

- A jsou zprávy, které někteří aktéři dějin chtěli raději utajit.

BOMBARDOVÁNÍ JUGOSLÁVIE – v několika článcích zahraničního tisku v roce 1993 „prosákly“ zprávy, že oproti původním oficiálním zprávám jsou ve válce o Jugoslávii bombardovány i civilní oblasti. Více o tématu třeba na <http://werdan.blog.idnes.cz/c/31496/Humanitarni-bombardovani.html>

- A pak jsou právy, které se tvářily jako skutečné, rozhýbaly dějiny, aby se nakonec ukázalo, že to byl pouhý výmysl, označovaný v hantýrce jako fake. Takovými zprávy jsou i hoaxy, poplašné mystifikující zprávy.

POZOR NA JEHLY – internetem se před lety šířila zpráva o nebezpečných jehlách, které jsou zapíchnuté do sedaček autobusů či v kině a které jsou infikovány HIV či žloutenkou. Zpráva se dostala i do regionálních novin, než bylo odhaleno, že šlo o důmyslný hoax.

Více na <http://www.hoax.cz/hoax/infikovane-jehly-na-sedadlech/>

Masovou hysterii rozpoutalo v roce 1938 v USA odvysílání rozhlasové hry o invazi Mart'anů na Zemi. Tisíce lidí se domnívaly, že se jedná o realitu.

V roce 1984 zase světová veřejnost spolkla i s navijákem zprávu o existenci tajných zápisů Adolfa Hitlera, ve skutečnosti se jednalo o podvrh.