

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Život mezi lidmi

Média



Složka sady	VY_32_INOVACE_OV.7.08
Autor	Lada Lipšová
Vzdělávací oblast	Člověk a společnost
Vzdělávací obor	Výchova k občanství
Tématický okruh	Život mezi lidmi
Téma	Média
Předmět	Občanská výchova
Ročník	sedmý
Rozsah vyučovací jednotky	Vyučovací hodina
Očekávaný výstup	Žák: •porozumí pojmům hromadné sdělovací a komunikační prostředky, masmédia •seznámí se s různorodostí a účelem hromadných sdělovacích prostředků
Metodický postup	Prezentaci využijeme k výkladu. Prezentace bude pro žáky umístěna na webu školy.K opakování lze využít pracovní list VY_32_INOVACE_OV.7.09.
Druh učebního materiálu	Prezentace
Materiál ověřen při výuce	Datum: 7.11.2011 Třída:7. B
Zdroj	JANOŠKOVÁ A KOL., Dagmar, <i>Občanská, rodinná výchova pro základní školy a víceletá gymnázia : 7.ročník</i> . 1.vydání. Plzeň : Nakladatelství Fraus, 2004. 128 s. ISBN 80-7238-325-4. JANOŠKOVÁ A KOL., Dagmar, <i>Metodická příručka pro učitele : 7.ročník</i> . 1.vydání. Plzeň : Nakladatelství Fraus, 2004. 177 s. ISBN 80-7238-326-4. LUNEROVÁ, Jitka; ŠTĚRBA, Radim; SVOBODOVÁ, Monika. <i>Výchova k občanství : pro 7.ročník základní školy a sekundy gymnázia</i> . 1.vydání. Brno : Nová škola,s.r.o., 2010. Masová kultura, s. 78. ISBN 9788072891177.
Poznámka	

Média

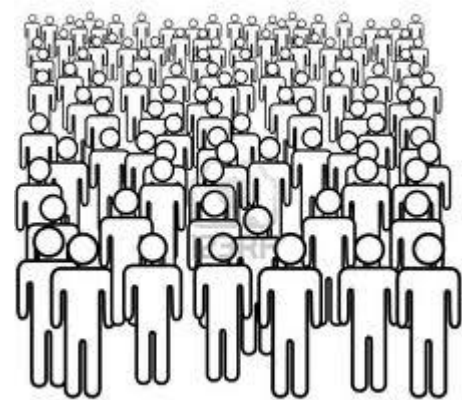
= sdělovací a komunikační prostředky

- využíváme je k získávání informací, zpráv
- mohou působit na různý okruh i množství lidí

Masmédia

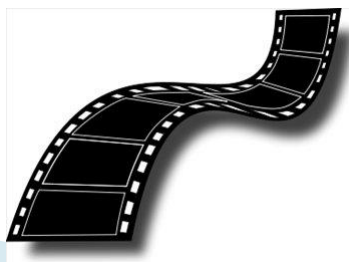
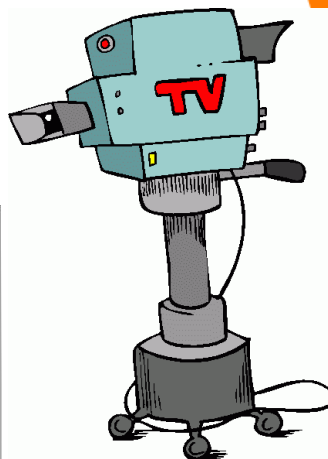
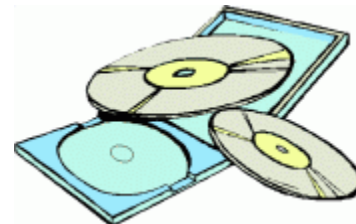
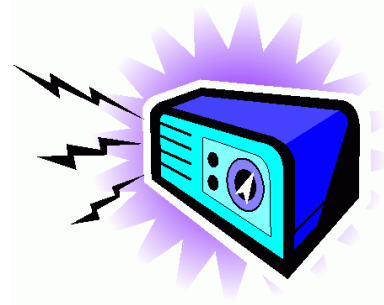
=hromadné sdělovací prostředky

- k šíření masové kultury
- k získávání informací a jejich předávání
- informují
- vzdělávají
- pomocí reklamy přesvědčují a lákají ke koupi zboží nebo využití služeb
- jejich vliv je velmi silný



Mezi masmédia patří:

- rozhlas
- televize
- internet
- tisk
- zvukové nahrávky
- mobilní telefon
- Film
- fotografie





Masmédia

- jejich vliv je velice silný
- dokážou změnit názory a postoje těch lidí, kteří všem jejich informacím bezmezně věří
- zprávy nemusí vždy zcela odpovídat realitě
- je důležité nevěřit všem informacím, které nám média přinášejí, a uvážlivě si vybrat, které z nich budeme sledovat nebo číst



1. Které hromadné sdělovací prostředky sledujete nejčastěji?
2. Které hromadné sdělovací prostředky jsou důležité z hlediska přenosu informací?
3. Které nás pouze baví?
4. Uspořádejte anketu o sledovanosti těchto médií: televize, tisku, rozhlasu, internetu podle oblíbenosti

Masová komunikace

Prostřednictvím médií dochází také ke komunikaci, která je určena velkému množství lidí. Jejím znakem je to, že je jednostranná-směřuje od jednoho šířitele sdělení k velkému množství příjemců. Jedná se o **masovou komunikaci**.

Jedním z příkladů je **reklama**. Ta nás obklopuje na každém kroku, setkáváme se s ní každý den na veřejných místech, ale i v našem soukromí.

Využívá různé prostředky, aby splnila svůj cíl-přesvědčit kupujícího o nějakém výrobku, o využití služeb, návštěvu kulturní akce. Reklama vždy poukazuje na klady produktu, vždy je výborný, bezchybný, nejlepší.

Poznáváš tyto reklamy?



**Přesně takový,
jaký má být.**

Zmrzlina
plná tvarohu

65 % tvarohu ve zmrzlíně.
Jeden výrobek obsahuje jen
130 kcal, což představuje
7 % GDA (doporučené denní
množství pro dospělé osobu).
Je to prostě prima svačinka.

Držíme se toho, co máte rádi.

Masmédia v krizových situáciách

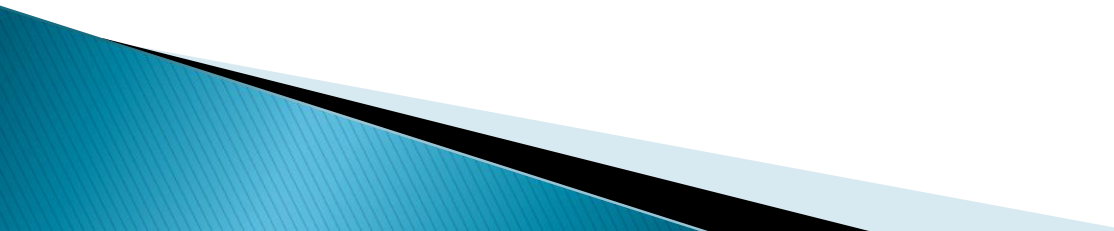
Sehrávajú významnou úlohu v krizových situáciách-neočakávaných mimořádných událostech. Jsou to události, které ohrožují zdraví a životy většího počtu lidí.Právě v těchto situacích poskytují důležité informace.

Ke krizovým situacím patří:

- živelné pohromy
- epidemie
- ekologické havárie
- teroristické útoky



Důležité pojmy-shrnutí:

- 1. Masa:** velké množství lidu, široké vrstvy lidu bez společenského vedení
 - 2. Médium:** prostředek, osoba komunikace , prostředek komunikace mezi lidmi, předmět, který je nositelem jakýchkoli dat, např.CD, DVD
 - 3. Veřejné mínění:** obecně rozšířený názor, přesvědčení, přijaté širokou veřejností
- 



Rozděl následující příklady komunikace do dvou skupin:

rozhovor, časopis, dopis, televize, kniha, telefon, film, internet, fotografie, noviny, SMS, email

1. Komunikace pro úzkou skupinu:

2. Komunikace pro široké masy:

Řešení:

1. Komunikace pro úzkou skupinu:
rozhovor, dopis, SMS, telefon

 2. Komunikace pro široké masy:
televize, film, noviny, časopis, kniha, film, internet

 3. email, fotografie, rozhovor-bude pravděpodobně předmětem diskuse,
- 