



MQposilovna

E-CVIČEBNICE

PRO POSILOVÁNÍ MEDIÁLNÍ GRAMOTNOSTI

ZÁKLADNÍ TRÉNINK

5. LEKCE

JSNS.CZ
Jeden svět na školách



VÍTEJTE V MQposilovně!

V MQposilovně se posiluje mediální gramotnost.

K čemu je dobré mít mediální gramotnost v kondici?

Mediální gramotnost je souhrnem znalostí a dovedností, které využijeme, když:

- se pohybujeme v online prostoru
- zveřejňujeme na internetu informace o sobě nebo o svých blízkých
- chceme chránit své soukromí a minimalizovat digitální stopu, kterou zanecháváme
- chceme omezit zobrazenou online reklamu
- potřebujeme vyhledat spolehlivé informace
- se dozvídáme z webů nebo příspěvků na sociálních sítích o tom, co se děje v ČR a ve světě
- se mezi zobrazenými příspěvky objeví fake news, hoax nebo dezinformace
- nastavujeme u webových služeb hesla a další metody zabezpečení
- chceme mít pod kontrolou, kolik času trávíme na počítači a mobilu
- a v mnoha dalších situacích

MQposilovna je e-cvičebnice, kde najdete 5 tréninkových lekcí, které se těmito tématy zabývají.

Jak to v MQposilovně funguje?

- **Připravte si tréninkové náčiní** – stáhněte si tento pdf dokument do svého počítače a pamatujte si, kde ho máte uložený, abyste se k němu mohli kdykoliv vrátit.
Tip: Lekci (PDF) si nejdříve stáhněte a až poté vyplňujte, jinak vaše práce nemusí být uložena.
- **Začněte trénink rozvíčkou** – podívejte se na uvedené krátké video, na jeho zhlédnutí budete potřebovat připojení k internetu.
- **Pak se pusťte do samotného tréninku** – projděte všechny úkoly v této lekci. Úkoly můžete vyplňovat postupně a práci si průběžně ukládat. Pokud během vypracovávání úkolů narazíte na nějaký zádrhel, poradte se se svým vyučujícím, jak ho vyřešit.

Než začnete, vyplňte své jméno a příjmení:

Na konci každého tréninku si nezapomeňte svoji práci uložit.





LEKCE 5 KOVYHO MEDIÁLNÍ RING: 5. DÍL

Informovat, pobavit, ovlivnit, získat peníze nebo moc... to jsou nejčastější důvody, PROČ vznikají mediální sdělení. Někdy se jich spojuje více dohromady – například u předvolebních billboardů.

ÚKOL 1

Na zahřátí odpovězte stručně na otázky.

1. Znáte nějaké majitele českých soukromých médií?

2. Jaká média byste si koupil/a, kdybyste chtěl/a mít v ČR co největší vliv?

Po krátké rozcvičce nyní zhlédněte [5. díl pořadu Kovyho mediální ring](#) a níže stručně uveďte (max. 200 znaků), které informace se vám zdály **NEJDŮLEŽITĚJŠÍ**.

Poznámka: Pokud by vám odkaz na video nefungoval, zadejte do prohlížeče jsns.cz/mv/kovy5.

ÚKOL 2

Jaké různé motivace mohou stát za vznikem mediálních sdělení? Doplňte do slov správná písmenka.

a/ for o at

b/ př sv dč t

c/ ba t sebe a/nebo ostatní

d/ zdě á at

e/ v rovat

f/ získat oc / vo ič ké hla y / podp r vat le

g/ straši

h/ ins irov t

i/ mani u o at

ÚKOL 3

Přečtěte si facebookový příspěvek a odpovězte na otázky níže.

Hanka Šrajerová, Klara Berg and 4 others like Zonky.

 **Zonky**
Sponsored · 



Věděli jste, že když začnete spořit ve 22, můžete jít do důchodu i o milión bohatší, než když začnete ve třiceti? 🤔



5 finančních pravidel, kterých se držet po dvacítce – abyste po třicítce nebyli švorc | Zonky Times
Přežít studentská léta je těžké. Dřete ve škole, pracujete, abyste měli na bydlení a občas se vám stane, že žijete o chlebu a vodě.
ZONKY.CZ

    253

141 Comments 51 Shares 

 Like  Comment  Share

1. Proč bylo sdělení vytvořeno?

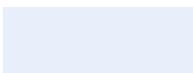
2. Kdo má ze sdělení užitek?

ÚKOL 4

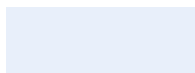
1. Andrej Babiš, Ivo Lukačovič, Zdeněk Bakala, Ivo Valenta, Jaromír Soukup. To jsou jména podnikatelů, kteří mají hlavní vlastnický podíl ve významných českých médiích. Kdo z nich podle vás vlastní následující média? *Vyberte u každé osobnosti z rolovacích nabídky jedno médium, které podle vás vlastní.*



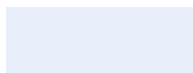
Andrej Babiš*



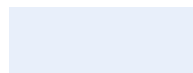
Ivo Lukačovič



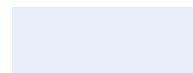
Zdeněk Bakala



Ivo Valenta



Jaromír Soukup



* A. Babiš převedl Agrofert, pod nějž spadá mediální dům Mafra, do správy svěřenských fondů, aby nebyl ve střetu zájmů.

2. Doplňte věty charakterizující soukromá (komerční) média. Vybírejte slova a slovní spojení z tabulek pod každým odstavcem.

Primárním cílem provozování soukromých médií je (mělo by být)

Vlastníci soukromých médií se ale zároveň můžou snažit a/nebo

ovlivňovat názory příjemců

vytvářet finanční zisk

získat či posílit politickou moc

Hlavním zdrojem příjmů soukromých médií je čím

čtenářů/diváků/posluchačů tato média mají, tím

si za umístění reklamy mohou říci. Snaží se vytvářet obsah, který zaujme

Na rozdíl od si mohou dovolit

cílit svým obsahem jen na publika.

část

vyšší cenu

reklama

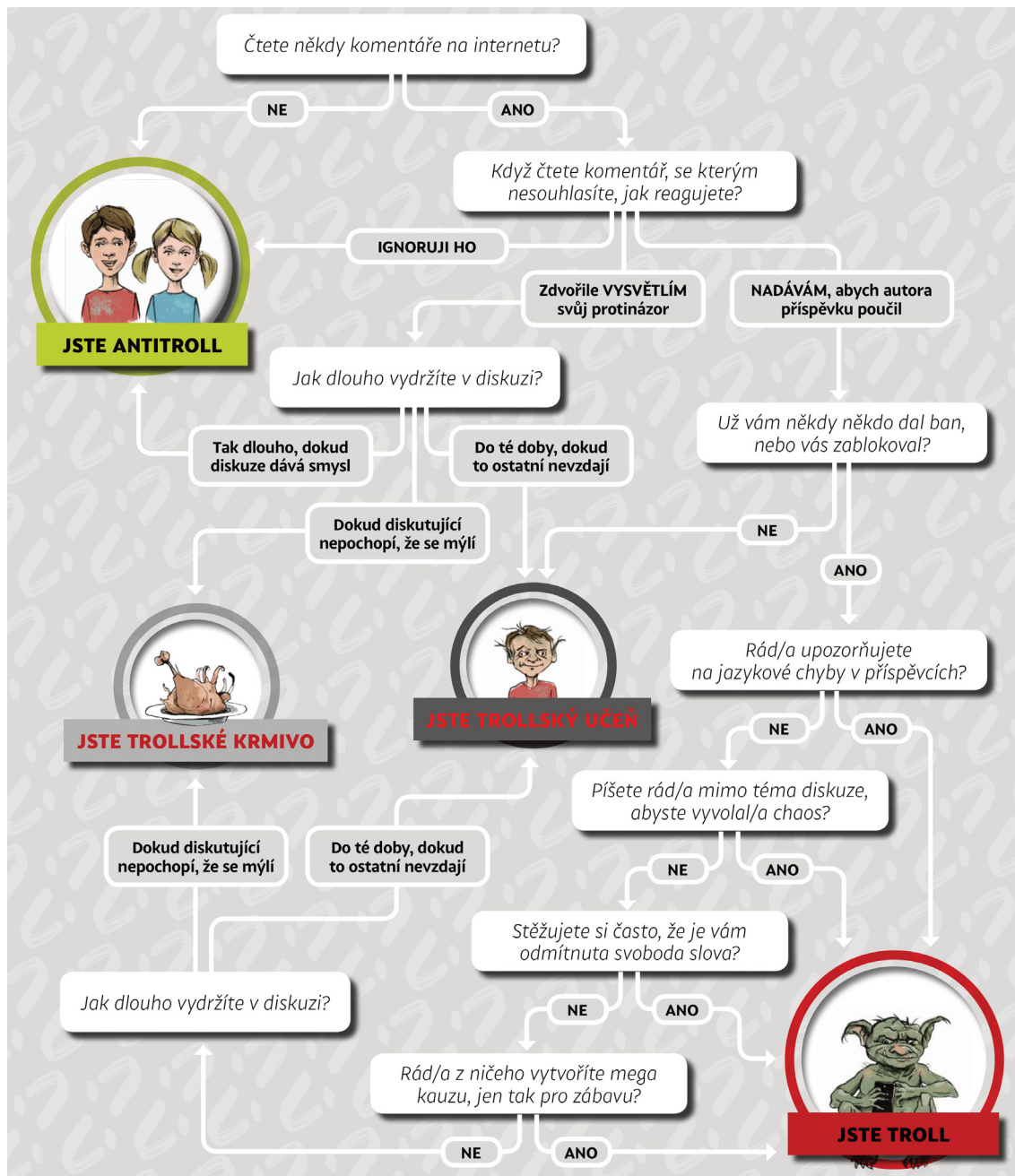
veřejnoprávních médií

více

co nejširší publikum

ÚKOL 5

Proč a jak píšete na internetu to, co píšete? Zjistěte, jestli se chováte jako internetový troll.



Jsem:

BONUSOVÝ ÚKOL

Rozhodnete se založit si vlastní zpravodajský online portál, na němž čeští uživatelé internetu najdou informace o dění u nás i ve světě. Máte nějaké finanční prostředky do začátku, nechcete ale web dotovat, měl by si vydělávat na svůj provoz sám.

Zamyslete se při plánování vašeho projektu nad následujícími otázkami:

1. Jak své médium pojmenujete?

2. Na jaké čtenáře budete především cílit? (100 znaků)

3. Jakým tématům se budete věnovat zejména, a jakým se naopak vyhnete? (100 znaků)

4. Jak často se budou na vašem webu objevovat nové články?
Budou to spíše delší analytické články, nebo krátké zprávy? (100 znaků)

5. Kdo bude tvořit články na vašem webu? Jak velký budete mít redakční tým?
Jaké požadavky by jeho členové měli splňovat? (300 znaků)

6. Bude u článků uvedeno, kdo je jejich autorem? Pokud ano, jaké bližší informace budou na webu k dohledání o jednotlivých redaktorech? Bude možné je nějak kontaktovat? (300 znaků)

7. Základními modely financování provozu webů jsou: příjmy z reklamy umístěné na webu, finance od velkého donora nebo od více drobnějších dárců a platby od čtenářů v případě zpoplatněného obsahu. Které z těchto zdrojů příjmů využijete vy? (200 znaků)

8. Budete moci vy (jako majitelé a provozovatelé webu) ovlivňovat podobu článků? Vysvětlete proč ano, nebo ne. (300 znaků)

1 GRATULUJEME, PROŠLI JSTE ÚSPĚŠNĚ TRÉNINKEM. CO SI Z NĚJ ODNÁŠÍTE?

Zaškrtněte vše, co pro vás platí:

Dokážu posoudit, proč bylo konkrétní mediální sdělení vytvořeno.

Zamýšlím se nad tím, kdo má z daného sdělení prospěch.

Zním různé motivace a důvody, které mohou vést ke vzniku mediálních sdělení. Víím, proč je důležité je znát.

Víím, kdo vlastní česká soukromá média. Uvědomuji si, co vlastnictví médií soukromou osobou znamená.

Co dalšího jste se díky této lekci naučili nebo si uvědomili?