



MQposilovna

E-CVIČEBNICE

PRO POSILOVÁNÍ MEDIÁLNÍ GRAMOTNOSTI

ZÁKLADNÍ TRÉNINK

4. 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.

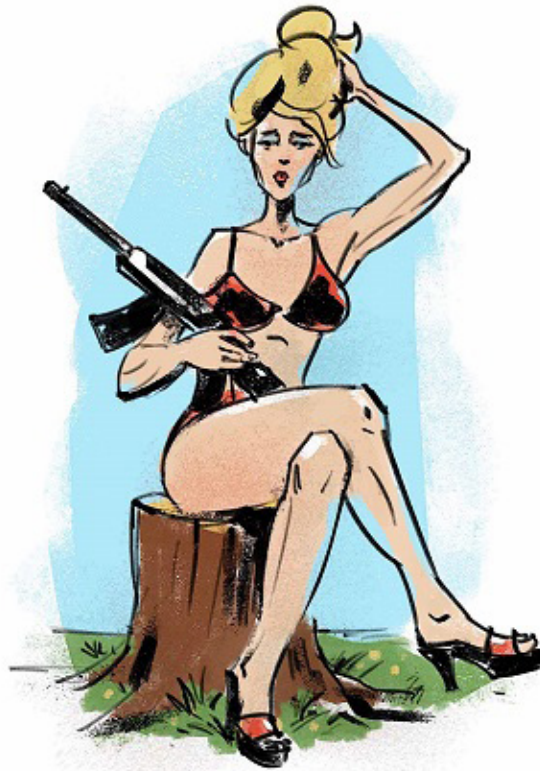
Jak to v MQposilovně funguje?

- **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 4 KOVYHO MEDIÁLNÍ RING – 4. DÍL: JAK?

ŠOK! Po zhlédnutí videí s youtuberem Kovym zůstanete připoutáni k obrazovce. Zavádějící titulky jako tento usilují o získání naší pozornosti. Ptejte se s Kovym: A co reklamy? JAK se nás snaží zaujmout?

ÚKOL 1

Na zahřátí odpovězte stručně na otázky.

1. Jaké reklamy jste dnes už viděli? Kde jste na ně narazili? Vyjmenujte alespoň tři.

a/

b/

c/

2. Jaká reklama vás v poslední době zaujala?

3. Jaký je váš celkový postoj k reklamě?

Po krátké rozcvičce nyní zhlédněte [4. 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/kovy4.

ÚKOL 2

Přečtěte si instagramový příspěvek a odpovězte na otázky níže.



1 476 likes

andreaveresovaofficial Jestli existuje zdravé - dokonce léčivé "pití", tak je to určitě #tequila z modré agáve. 🍷 Údajně má blahodárné účinky na organismus (samozřejmě v rozumném množství.) 🤪 Věděli jste například, že tequila léčí vys. krevní tlak, cukrovku, osteoporózu, zrychluje metabolismus a dokonce se po ní i hubne?! Za všech může zázračný kaktus jménem AGÁVE. 💙🍷 A v tomto překrásném balení určitě potěší každého a je to ideální dáreček nejen pro chlapy 🍷🍷 Za mě je jednoznačně nejlepší #tequila od @padreazul.tequila od @bartida_bar_shop. 🍷💙🍷 #arnoldschwarzenegger #patron #tequilalover #tequilapatron #healthdrink #strong #power #fire #hot #summercool #superdrink #agave #blueagave #superalkohol #modraagave #ohnivavoda #sila #vypalimebacila 🍷🍷

1. Jak se sdělení snaží upoutat pozornost?

2. Jaký je jazyk a vizuální forma sdělení? Proč?

3. Jaké emoce může sdělení v příjemcích vyvolat? Proč?

ÚKOL 3

Poznáte, co propagují následující reklamní fotky? Vyberte si z nabídky níže.

 <p>1</p> <p>???</p> <p>OBLEČENÍ</p>	 <p>2</p> <p>???</p> <p>ALKOHOL</p>	 <p>3</p> <p>???</p> <p>Parfém</p>
--	---	--

1.

2.

3.

Na kterém z následujících příkladů není reklama?

 <p>1</p>	 <p>2</p>	 <p>3</p>
 <p>4</p>	 <p>5</p>	 <p>6</p>

Reklama není na příkladu č.

ÚKOL 4

Co do řady nepatří? *Vyberte 1 odpověď.*



Proč?

ÚKOL 5

Jakým spojením anglických slov se označuje poutavý a klamavý titulek:

- který se nás snaží přimět, abychom na článek klikli,
- který slibuje něco, co není obsahem článku,
- jehož cílem je zvýšit návštěvnost stránky, a tím i příjem z online reklamy,
- a který často používají bulvární a alternativní média?

Zaškrtněte správnou odpověď.

bulvár

perex

click-bait

ÚKOL 6

Odpovězte na otázky. *Vyberte 1 odpověď.*

1. O návštěvě Andreje Babiše v Bílém domě bylo publikováno mnoho článků. Česká televize, Extra.cz (bulvární online portál) a Sputniknews (ruská státní zpravodajská agentura) zvolily stejnou fotografii, ale jiné titulky. Poznáte, který vyšel na EXTRA.CZ?



Babiš po přijetí v Bílém domě řekl, že s Trumpem navázal dobrý osobní vztah.

ŘEČ TĚLA A PENĚŽ: Natěšený Andrej, netrpělivý Donald! Roli sehrálo i tučnější konto.

Zapojíme se do války na Ukrajině: Okamura rozluštil prohlášení ze setkání Babiše s Trumpem.

2. Jaká reklama v ČR nesmí být podle zákona zaměřena na osoby mladší 18 let?

Na hazardní hry

Na sladkosti

Na bankovní produkty

Reklama v ČR není nijak regulována

3. Mobilní telefon MT74 prodáváný za 6.000 Kč byl v obchodním řetězci Mars zlevněn o 2.000 Kč. Který z následujících titulků není zavádějící?

Mobil MT74 nyní za třetinu.

Mobil MT74 zlevněn o 33 %.

Každý třetí mobil v Marsu zadarmo.

Každý druhý mobil MT74 v Marsu zadarmo.

4. Co znamená hashtag #ad v příspěvku?



shopaholicnicol • Sledování
Óčko TV

shopaholicnicol Moc se vám líbil outfit, co jsem měla na Superstar, tak tady je ❤️ Tu sukni z @reserved jsem si fakt zamilovala 📷 #reservedforme #ootd #spinavyboty #shopaholicnicol #ad

Zobrazit všechny komentáře (26)

petunie.sulcova Krásná fotka 😊 super kompozice

yum.yum._slimes Jeeeee, tak to je nádhra 🍷 😊 už viem ako sa budem obliekat' keď vyrastiem ako ty! ❤️ Máš nádherný vkus 😊

stefileew Ahoj Nikol, kde nakupukes ty krásne sluneční brýle, co mas na videiich? 😊 jsou krásne

reni_janik Prosim moc ake su to boty?



35 507 To se mi líbí

12. ČERVEN 2018

Přihlaste se, pokud chcete dát To se mi líbí ...
nebo přidat komentář.

Je to odkaz na jiný instagramový účet.

Odkazuje na související příspěvek.

Označuje příspěvek jako reklamu.

5. Co je pro provozovatele webů hlavním důvodem pro umístování online reklamy na webové stránky?

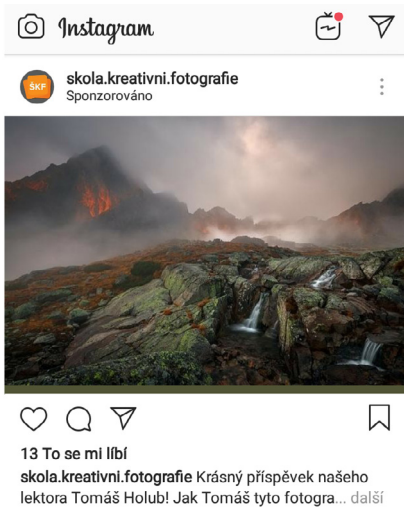
Chtějí doporučit návštěvníkům svého webu ty nejlepší produkty a služby.

Za umístěnou reklamu získávají peníze.

Zaplnují tak prostor, který by byl jinak nevyužitý.

Internetové vyhledávače stránky s reklamami zobrazují přednostně.

6. Co podle vás znamená označení „Sponzorováno“ u příspěvku na sociální síti?



Zveřejnění příspěvku přináší sponzorské finanční prostředky neziskovému projektu.

Příspěvek je placená reklama.

Příspěvek byl registrován na portále Sponzorováno.cz.

Lidé se na financování tohoto příspěvku složili (crowdfunding).

BONUSOVÝ ÚKOL

Navrhněte reklamní příspěvek na Instagram nebo Facebook na téma **LÉK PROTI NUDĚ NA OPUŠTĚNÉM OSTROVĚ**. Je na vás, co budete propagovat, může to být reklama prakticky na cokoli. Jedinou podmínkou je zachovat hlavní poselství reklamy: „Toto vás zabaví!“

Příspěvek zašlete svému vyučujícímu způsobem, na kterém jste domluvení (e-mailem, nahráním na domluvené místo apod.).

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

Zaškrtněte vše, co pro vás platí:

Uvědomuji si, že jak reklama, tak i média se neustále snaží upoutat moji pozornost.

Dovedu určit, jak a čím se konkrétní mediální sdělení snaží moji pozornost upoutat.

Zním několik přesvědčovacích technik reklamy (click-bait, resp. šokující titulky, forma zpracování, jazyk, barevnost, ale i provokace, klamání či sexismus).

Vnímám, že mediální sdělení se často snaží působit na moje emoce. Zamýšlím se nad tím, jaké emoce ve mně jednotlivá sdělení vyvolávají.

Víím, že reklama bývá často skrytá, slabě označená nebo vůbec neoznačená

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