

5SVD2

4. PŘEDNÁŠKA

MÉDIA A REKLAMA

**„Média nejsou autoritativním zdrojem
informací! „**

Proč se stal svět médií nebezpečným?

- **1) Nové technologie**
- **2) Obrovské zrychlení informací**
- **3) Komeracionalizace a bulvarizace, infotainment**
- **4) Komodifikace informací**
- **5) Kompilování a skládání informací do nových kvalit v reálném čase**
- **6) Globalizace médií**
- **7) Skrytá reklama – komerční a politická**
- **8) Česká specifika: hodnotový a orientační zmatek po komunismu, nedostatek novinářských osobností, nově se koncipující trh**

1) Nové technologie

- Kdysi média informovala a do informace samotné nevstupovala. Dnes média realitu dělají.
- Rychle se mění technologie přenosu informací (elektronická média)
- Noviny již ne jako počteníčko
- rozhlas: ten ještě nebyl žádným ohrožením

1) Nové technologie

- Nixon a Kennedy
- televize - **převládající úspěch formy nad obsahem.**
- MEDIAKRACIE či dokonce TELEKRACIE
- Nepřehlednost a digitalizace (2012)
- Rozhlas „ilustruje“ vysílání
- Z novin internet

2) Obrovské zrychlení informací

- Noviny 1x týdně – online přenos
- Mediální nosiče (čas, paměť)
- Světový formát – malý formát
- Titulní strana
- Cena za informaci převyšuje její pravdivost

3) Komeracionalizace a bulvarizace, infotainment

- Informace a zábava
- Komentáře slavných osobností
- Hlasatelé/moderátoři jako „vyrobené celebrity“
- Seriálové postavy se přenáší do reálného života lidí
- Prezentace informací za účelem získat čtenáře

4) Komodifikace informací

- Informace se má prodat
- Sledovanost televizních novin (krváky apod.)
- Změna podání informace vzhledem k životní situaci člověka (od krváků k hospodářství)
- Komodifikace smrti (zástupné truchlení)

5) Kompilování a skládání informací do nových kvalit v reálném čase

- Pravá nebo falešná informace?
- Novinář nebo osobnost?
- Výběr informace a „dolepení“
- Kotel, karikatury Mohameda a lék
- Ptačí chřipka
- „nehoda Ilony Csákové“
- Média ve službě teroristů

6) Globalizace médií

- Nákazový efekt
- Špagety na stromech
- Volební výsledky SZ

7) Skrytá reklama – komerční a politická

- Unie Svobody a propagace myšlenky
- Reklama uvnitř médií jako „umělecké dílo“
- 80% nebo 40% lidí je manipulováno?
- Spotřebitelský úvěr a klamavá reklama
- Readers Digest Výběr
- Čauky. Jana
- VIDIOTI

Přemýšlejme o tom...

- **Informace se mačkají, křiví, nafukují ... skládají náš obraz světa**
- **ALE JE TO KARIKATURA SVĚTA**

Jak se změnila struktura televizních pořadů?

- Zapojení obyčejných lidí – reality show, talentmánie, testy národa
- Tam, kde to nejde, alespoň seriál z „běžného prostředí“ – je to možná ta VAŠE Ulice!

Média – shrnutí hlavních prvků

Média

- výrobní organizace s výraznou orientací na ekonomickou úspěšnost
- Hierarchie
- zavedené rutinní postupy práce
- Význam mediální komunikace v současnosti - zábavní průmysl, reklama a vlivové agentury
- stávají se (spolu)nositeli veřejného života, výrazem životního stylu a kultury

Média – obsah (shrnutí)

- mediované obsahy vznikají a jsou uspořádány podle určitých pravidel a s určitým cílem
- Žádný mediovaný obsah není jen odrazem "reálného" světa a nepředstavuje jen zaručenou informaci
- zjednodušení a uspořádání, a to vždy s určitým cílem (určitým komunikačním záměrem)
- Sdělení stylizovaná jako objektivizující výpovědi o skutečnosti
- Jednotlivé typy mediovaných obsahů se vzájemně inspirují
- Média - zprostředkovatelé vzorů
- reklamy nabízejí společensky žádoucí vzory chování a řešení rozmanitých situací, zpravidla spojené s nějakým typem spotřebitelského chování

HLAVNÍ CÍLE MEDIÁLNÍ VÝCHOVY

- sdělení v médiích nejsou prostou kopií světa – i obsahy, které na sebe berou podobu „obrazu“ reálného světa (např. zpravodajství), jsou konstrukce
- základními procesy, jež prodělají všechna mediovaná sdělení než se dostanou k příjemcům, jsou zjednodušení, zestručnění, vytrídění a podřízení určitému účelu
- příjemci nemusí být a nejsou pasivní masa, nýbrž aktivní uživatelé
- média se podílejí na utváření veřejného života, pomáhají zaplnit volný čas a spoluvytvářejí životní styl
- sdělení v médiích mají různé účely, které nejsou vždy zřejmé na první pohled
- informace nabízené v médiích je nutné si ověřovat
- média nabízejí nejrůznější typy obsahů, které mají tendenci se opakovat a vytvářet si vlastní jazyk
- média jsou sociální instituce svého druhu mající svou strukturu (systém médií), svůj vývoj a svá ustavená pravidla fungování média jsou výrobní podniky s propracovanou dělbou práce a s orientací na ekonomické přežití, popřípadě tvorbu zisku

Co to je reklama?

- jakákoliv placená forma propagace výrobku, služby, společnosti, obchodní značky nebo myšlenky mající za cíl především zvýšení prodeje
- marketingová kampaň – tento výraz se používá, když obchodník (obecněji nabízející) využije několik komunikačních kanálů zároveň nebo jejich kombinaci
- Slovo reklama vzniklo z latinského „reklamare“ (znovu křičeti),
- „reklamou se rozumí **přesvědčovací proces**, kterým jsou **hledáni uživatelé zboží**, služeb nebo myšlenek prostřednictvím komunikačních médií“.

Ukázky

- http://www.youtube.com/watch?v=yc_eF6PIWBo
- <http://www.youtube.com/watch?v=uUoq4nvF3UY>

Druhy reklamy

- [Televizní reklama](#)
- Tisková reklama ([Inzerát](#), [Akční leták](#))
- Světelná reklama
- Rozhlasové spoty
- Mobilní reklama (Reklama na autech, dopravních prostředcích apod.)
- Venkovní reklama ([Plakáty](#), [Billboardy](#), atypické reklamní plochy - štíty domů, ploty apod.)
- Alternativní média (chodící reklama, City Light vitríny, reklamy vlečené letadlem, městský mobiliář - lavičky, zastávky MHD, hodiny, digitální teploměry, atd.)
- Propagační předměty (např. trička nebo propisky s nápisem nebo logem propagované firmy atd.)

REKLAMA

- Koupíme i to, co nepotřebujeme
- Teleshopping – kup do 20 minut!!!
- „Maminko, proč to musíme chtít?“
- Podprahová reklama
- Lunetic – písnička jako artikl k prodeji
- Kniha v metru
- Kilometr do obchodu
- Chudák Dáda

Ukázka zprávy - informace

The image shows a screenshot of a news website with a winter-themed advertisement at the top. The advertisement features a snowy road and the text "Připravte se na zimu už nyní!" (Prepare for winter now!) and "NejlevnějšíPNEU.cz" (Cheapest tires in the Czech Republic). The Dunlop logo is also visible. Below the advertisement is the website's navigation bar, including the "Novinky.cz" logo, a search bar, and links to "Hlavní stránka" (Home), "Věda a školy" (Science and schools), and "Podrubriky: Vzdělávání, Výukové kurzy zdarma" (Subsections: Education, Free courses). The main article is titled "Evropu má zasáhnout nejmrazivější zima za posledních tisíc let" (Europe will be hit by the coldest winter in the last thousand years). The article text states: "Evropu letos čeká nejstudenější zima tisíciletí. Předpovídá to polský klimatolog Michal Kowalewski z Institutu meteorologie i vodního hospodářství. Příčinou je podle listu Gazeta Wyborcza zpomalení toku Golského proudu." (Europe this year will experience the coldest winter in a millennium. A Polish climatologist, Michal Kowalewski from the Institute of Meteorology and Water Management, predicts this. According to the Gazeta Wyborcza, the cause is the slowing down of the Gulf Stream). To the right of the article are three small news snippets: "Tým studentů ČVUT představil svou novou formuli úspěšnou na Hockenheimu" (A team of students from CTU presented their new formula, successful at Hockenheim), "Jihoafrický zázrak, rostlina kanna, zmírňuje stres a zahání hlad" (South African miracle, the kanna plant, reduces stress and relieves hunger), and "Nobelovu cenu za fyziku dostali vědci za výzkum forem uhlíku" (Nobel Prize in Physics awarded to scientists for research on carbon forms). The bottom of the page shows a "Věda a školy" link and a "Komerční sdělení" (Commercial notice) section.

NejlevnějšíPNEU.cz

Připravte se na zimu už nyní!

NejlevnějšíPNEU.cz

Dunlop

REKLAMA

Přihlásit se | Seznam

redstein
owtrac 3
205/55/R16

133Kč

Novinky.cz

Hlavní stránka » Věda a školy Podrubriky: Vzdělávání Výukové kurzy zdarma »

Goodyear
Ultra Grip 74
205/55/R16

2294Kč

Evropu má zasáhnout nejmrazivější zima za posledních tisíc let

Evropu letos čeká nejstudenější zima tisíciletí. Předpovídá to polský klimatolog Michal Kowalewski z Institutu meteorologie i vodního hospodářství. Příčinou je podle listu Gazeta Wyborcza zpomalení toku Golského proudu.

Tým studentů ČVUT představil svou novou formuli úspěšnou na Hockenheimu ▶ Video

Jihoafrický zázrak, rostlina kanna, zmírňuje stres a zahání hlad

Nobelovu cenu za fyziku dostali vědci za výzkum forem uhlíku

Matador
MP52
165/70/R13

788Kč

884Kč

NejlevnějšíPNEU.cz

Věda a školy » dnes 4 zprávy

▼ Komerční sdělení

Legislativa a reklama

- Zákon č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy
- Reklama především **nesmí být klamavá, skrytá, podprahová či v rozporu s dobrými mravy**. Nesmí **podporovat chování poškozující zdraví nebo ohrožující bezpečnost osob** nebo majetku, jakož i jednání poškozující zájmy na ochranu životního prostředí. **Nesmí propagovat výrobky** či služby, které jsou **zakázané**.
- **Zvláštní podmínky** se vztahují na reklamu uvádějící zvláštní nabídku, **reklamu zaměřenou na mládež do 18 let**, reklamu na tabákové výrobky, alkoholické nápoje, léčiva, zdravotnické prostředky, potraviny, kojeneckou výživu, prostředky na ochranu rostlin, střelné zbraně a střelivo a pohřebnictví.

Reklama podle kategorie

- Reklama **orientovaná na spotřebitele** - má za úkol získat nové zákazníky a posílit "věrnost" stávajících uživatelů
- Reklama **orientovaná na produkt** - snaží se zvýšit odbyt výrobků, popř. oznamuje zavedení nového produktu na trh
- Reklama **orientovaná na trh** - snaží se oslovit určitou "cílovou skupinu" uživatelů
- Reklama orientovaná **na vlastní podnik** - pokouší se změnit image firmy v očích veřejnosti

Reklama podle účelu

- **Informativní reklama** (informuje o nových produktech, akcích,...)
- **Přesvědčovací reklama** (dává důraz na značku, podněcuje zákazníky k rychlé koupi)
- **Připomínací reklama** (připomíná, kde si určitý výrobek mohou zákazníci koupit, nebo do kdy si ho mohou koupit)

Reklama

- Umístění zboží v obchodech
- Už od .../ jen...
- Drobné písmo
- Důchodci a reklama
- Krása a mládí v reklamách

Reklama nenaplní podstatu člověka

- Reklama – materiální produkty
- (léčiva-zdraví, dům-rodina, auto – svoboda, půjčky/peníze – štěstí...)
- Potřeby člověka jsou duchovní!
- <http://www.youtube.com/watch?v=vCvbNcMxXo0>
- http://www.youtube.com/watch?v=akT_Sn2ZmEA