**Plakáty, novinové články, rádio, blog**

1. **Shromažďování námětů**

Shromážděte náměty pro svůj plakát, článek, rozhlasovou reportáž, blog.

Napište je zde nebo na karty, které připevníte na tabuli.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Shromážděte a prodiskutujte všechny náměty se třídou. Protřiďte je.

1. **Analýza**

Vytvořte skupinu pro každý projekt (plakát, článek, rozhlasovou reportáž, blog).

**a) Plakát**

Shromážděte příklady koncertních plakátů (např. na internetu).

* Jaké je téma koncertu?
* Hlavní obraz: jaký má vztah k tématu koncertu?
* Otázky: Co? Kdy? Proč? Kdo? Kde?
* Kde je na plakátu text?
* Kolik různých typů písma rozeznáte na plakátu?
* Jsou tam jiné zajímavé prvky?

**b) Článek**

Shromážděte příklady krátkých tiskových oznámení o koncertech. Jakou strukturu mají texty?

Někdy se k ohlášení koncertu používají delší texty. Posbírejte příklady takových oznámení v novinách nebo použijte následující článek a prozkoumejte jeho strukturu.

Zaměřte se na tyto věci:

* Co je zajímavého na novinovém titulku?
* Jaké základní informace text poskytuje (Co? Kdy? Proč? Kdo? Kde?)?
* Je zde něco zajímavého, co se týče rozvržení (typy písma, odstavce…)?
* Jaký druh jazyka je použit (délka vět, technické výrazy …)?

**c) Rozhlasová reportáž**

Poslouchejte ohlášení koncertů v rozhlase:

* Jaké informace poskytuje ohlášení?
* Jak byste popsali jazyk?

Poslouchejte rozhovory:

* S kým je rozhovor uskutečněn?
* Jaké otázky jsou kladeny?
* Můžete rozpoznat systematický přístup?

**d) Blog**

Hledejte blogy a čtěte některé příspěvky:

* Jak může být blog přínosný pro projekt?
* Jaké jsou hlavní části příspěvku blogu? Jaké další prvky jsou začleněny kromě názvu a vlastního

 textu?

* Co můžete napsat do příspěvku blogu? Co jej učiní pro čtenáře více zajímavým?

**3. Tvorba**

Nyní se pokuste přenést výsledky do našeho projektu.

Možná budete chtít doplňující informace pro tento krok.

Některé užitečné tipy:

* Shromážděte návrhy na váš plakát, článek, rozhlasovou reportáž, blog ve skupině.
* Každý ve skupině by měl nejdříve vytvořit vlastní návrh.
* Prodiskutujte výsledky ve své skupině.
* Možná se ve skupině shodnete na jednom řešení.
* Představte své výsledky třídě.

Hodně štěstí!

1. **Plakát**

|  |
| --- |
| **Jaké způsoby nebo komunikační cesty chcete použít/můžete použít k získání lidí? Které jsou nejvíce relevantní?**Tištěné materiály (plakáty, letáčky, nálepky atd.), mail, Facebook/Twitter atd.? |
| **Čeho chcete dosáhnout?**Co by měli lidé udělat, když uvidí vaši reklamu? Např., přijít – koupit – sdílet atd. |
| **Na začátku bylo slovo…**Vymyslete jméno projektu, titul nebo slogan – něco, co je jak informativní, tak motivující.např. „Vltava – školní orchestr jede na turné“ (ne více než 7 – 8 slov) |
| **Klíčový obraz**Až budete mít jméno /slogan, dalším krokem je vizuální vyjádření: klíčový obraz. Přiláká pozornost a vede pozorovatele k textu/informacím. Může to být konkrétní obrázek nebo specifická barva nebo typografický design (rozložení). Obrázky tváří nebo jiných neobvyklých motivů často přitáhnou nejvíce pozornosti. |
| **Obecné pravidlo – méně je více**Omezte vizuální prvky a text na minimum. 1, 2, 3 – vidět, pochopit, konat; tak rychle by měl působit plakát nebo obraz.V dnešní přesycenosti vizuálními zprávami je málokdy šance na druhý pohled…  |
| **Bavte se!**Pokud vložíte do výběru a realizace vašich nápadů opravdovou snahu, a pokud je spojíte se zábavou a zvídavostí, odrazí se to ve vaší práci. Porovnejte to s představou, že se rozhodujete, co si obléci na prezentaci, kterou budete mít: oblečení má v procesu svou vlastní roli. |
| **Nezbytné**Představte všechny důležité informace správně a čitelným způsobem.  |
| **Navíc** Motiv by měl být tak úžasný, že vy sami byste si ho chtěli dát na zeď. |

**b) Článek**

|  |
| --- |
| **Najděte zajímavý titulek**Novinářidenně získávají hodně informací. Je třeba rozhodnout, zda bude tisková zpráva použita k publikování nebo pro ústní sdělení. Pokuste se najít titulek pro své tiskové ohlášení, které zní zajímavě a současně má strhující účinek.  |
| **Pište pro novináře, ne pro čtenáře**Tiskové ohlášení by mělo nejdříve zaujmout novináře.  |
| **Zůstaňte objektivní**Nikdo nechce číst v denících reklamní texty plné superlativů. Média by měla být pravdivá a poskytovat kritický pohled. Proto je v článku důležitá objektivita. |
| **Srozumitelný jazyk**Ne každý rozumí technickým výrazům. Snažte se jim vyhnout, stejně jako zbytečným vyplňujícím slovům. Použijte logickou strukturu a pište krátké, jednoduché věty. |
| **Nejdůležitější jako první**Tím, že poskytnete nejdůležitější informaci na začátku tiskové zprávy, novinářům pomáháte. Váš první odstavec by měl odpovědět na šest otázek: Kdo? Co? Kdy? Kde? Jak? Proč? Detaily budou dále v textu. |
| **„Řekněte jen jeden příběh“**Promyslete si „příběh“ vašeho sdělení. Sdělení potřebuje vracející se téma, které inspiruje čtenáře k dalšímu čtení.  |
| **Formát*** Text by neměl být delší než jedna A4 strana.
* Zkratky napište nejdříve celým slovem, následuje zkratka v závorkách.
* Nepoužívejte přímou řeč a také ne „já“ nebo „my“.
* Když budete udávat data, napište měsíc celým slovem.
* Čísla od nuly do dvanácti a všechna kulatá čísla (dvacet, dvě stě…) se píší v plné verzi.
* Na konci tiskové zprávy poskytněte informace o délce textu, včetně prostoru.
 |
| **Doplňkové obsahy v tiskové zprávě**Přiložte doplňkové materiály jako jsou obrázky, loga a odkazy, abyste poskytli jakékoli další informace, které mohou být relevantní a užitečné pro čtenáře.  |