

Název pracovního listu: **RODNÝ LIST ČASOPISU**

Kód pracovního listu: **A001**

Průřezové téma: **Mediální výchova**

Klíčové kompetence: *kompetence k učení, kompetence k řešení problémů*

Autoři: Martin Nešpor

Metodické poznámky k pracovnímu listu:

Úkol 1

Výklad

Žáci vyhledají nejdůležitější informace o lifestylových časopisech pro dívky (mládež). Tyto informace jsou částečně součástí tiráže časopisu (doporučujeme, aby žáci měli časopisy k dispozici), částečně je lze dohledat na internetu, např. na webových stránkách časopisu. Jako charakteristiku časopisu stačí uvést jeho typ (viz pracovní list A).

Coby základ práce jsme zvolili časopisy stejného typu – lifestylové časopisy pro dívky (In!, Bravo Girl!, D You). V práci můžete podle vlastního zájmu a uvážení pokračovat s dalšími časopisy pro děti, mládež i pro dospělé.

Metodické poznámky

Doporučujeme se zaměřit na pojmy náklad a čtenost. Náklad časopisu (počet vytištěných kusů) bývá uveden v tiráži, příp. na webových stránkách časopisu, a udává pozici časopisu na mediálním trhu s časopisy pro mládež. Čtenost (počet skutečných čtenářů, tj. sledovanost titulu v rámci populace, cílové skupiny) je sice poněkud vágní kvantitativní ukazatel, může ale žákům velmi dobře přiblížit předpokládaný vliv časopisu na mládež. Nákladem a čteností novin a časopisů se zabývá např. Media projekt Unie vydavatelů. Výsledky výzkumu jsou k dispozici na webové stránce <http://www.median.cz> (horní menu – Výzkum, levé menu – Mediaprojekt). Celá webová adresa výsledků výzkumu zní <http://www.median.cz/index.php?lang=cs&page=1&sub=8>

Pozn.: Zajímavou kategorií při sledování postavení časopisu na mediálním trhu a vlivu na zamýšlenou cílovou skupinu je rovněž remitenda, tj. počet neprodaných kusů novin a časopisů.

Řešení

In! – vydavatel: vydavatelství IN, s. r. o.; ročník: 7 (2011), vychází od července 2005; periodicitu: měsíčník (11 x ročně); den vydání: ?; náklad (čtenost): kolem 4500 výtisků (neoficiální informace vydavatele); rozsah (strany, vřité přílohy): 24 stran; formát: 20,5 x 26 cm; barevnost (obálka, vnitřek časopisu): celobarevný; aktuální prodejní cena: 36,- Kč; věková kategorie čtenářů: 12–16 let; teritoriální působnost: celorepublikový časopis; webové stránky časopisu: www.in.cz; krátká charakteristika (typ, zaměření časopisu): lifestylový časopis pro křesťansky zaměřené dívky

Bravo girl! – vydavatel: Bauer Media, v. o. s.; ročník (vychází od roku): vychází od roku 1996; periodicitu: čtrnáctideník (26 x ročně); den vydání: čtvrtek; náklad (čtenost): 65 954 (čtenost 220 000); rozsah (strany, vřité přílohy): 52 stran; formát: A4; barevnost (obálka, vnitřek časopisu): celobarevný časopis; aktuální prodejní cena: 28,- Kč; věková kategorie čtenářů: 14–17 (18 let); teritoriální působnost: celorepublikový časopis; webové stránky časopisu: www.bravogirl.cz; krátká charakteristika (typ, zaměření časopisu): lifestylový časopis pro dospívající dívky

D YOU (YOU, Disney YOU) – vydavatel: Egmont ČR, s. r. o.; ročník (vychází od roku): vychází od ledna

Metodika

2011; periodičita: měsíčník; den vydání: ?; náklad (čtenost): 15 000; rozsah (strany, vřité přílohy): 48 stran; formát: A4; barevnost (obálka, vnitřek časopisu): celobarevný; aktuální prodejní cena: 69,- Kč; věková kategorie čtenářů: 10–15; teritoriální působnost: celorepublikový časopis; webové stránky časopisu: www.magazinyou.blog.cz; krátká charakteristika (typ, zaměření časopisu): teenagerovský lifestylový měsíčník pro dívky



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Vytvořeno v rámci projektu:

Příprava a realizace výukových materiálů pro podporu komunikační výchovy RVP ZV ve výuce českého jazyka a literatury na základních školách a víceletých gymnáziích

Registrační číslo: CZ.1.07/1.1.00/08.0018

www.komunikacnivychova.cz