



 evropský sociální fond v ČR EVROPSKÁ UNIE MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost SOU Hluboš

 INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Tento výukový materiál byl vytvořen a financován v rámci programu OPVK projektu "Kvalitní příprava učitelů pro učební ročníkové úkoly" registrační číslo projektu: CZ.1.07/1.2.01/03.0002

1. JAZYKOVÉ ÚTVARY V ČESKÉM JAZYCE

TÉMA: PUBLICISTICKÝ STYL

PŘEDMĚT: ČESKÝ JAZYK A LITERATURA

ROČNÍK: 2.R., STŘEDNÍ ODBORNÉ UČILIŠTĚ, pro třídy se speciálními vzdělávacími potřebami

KLÍČOVÁ SLOVA: PUBLICISTICKÝ STYL, MLUVENÁ A PSANÁ FORMA, ZPRAVODAJSKÉ ÚTVARY, ANALYTICKÉ ÚTVARY, BELETRISTICKÉ ÚTVARY

ŠKOLA: STŘEDNÍ ODBORNÉ UČILIŠTĚ HLUBOŠ



X 13-17:53


POSTUP

1. strana - ÚVOD
2. strana - METODIKA
3. strana - PUBLICISTICKÝ STYL
4. strana - MLUVENÁ A PSANÁ PUBLICISTIKA
5. strana - ZPRAVODAJSKÉ ÚTVARY
6. strana - ANALYTICKÉ ÚTVARY
7. strana - BELETRISTICKÉ ÚTVARY
8. strana - POUŽITÉ MATERIÁLY

X 13-17:47

PUBLICISTICKÝ STYL - publicistika

- styl novin, časopisů a zpravodajských žánrů, rozhlasových a televizních publikací
- je dynamický, proměnlivý, promyšlený, oficiální, přesvědčivý, objektivní, výstižný, aktuální
- někdy je do této problematiky zařazován i řečnický styl
- publicistické projevy jsou určené široké veřejnosti
- cílem je posluchače nebo čtenáře informovat, poučit, ovlivnit je, získat je pro určité cíle
- funkce - získavací, přesvědčovací, ovlivňovací, agitační




3 28-15:05

MLUVENÁ PUBLICISTIKA

1. TELEVIZE - výhoda obrazového doprovodu plynoucího v čase, nejlepší informace v přímém přenosu,
2. ROZHLAS

PSANÁ PUBLICISTIKA

1. PERIODICKÝ TISK
 - noviny, časopisy, periodikum, týdeník - příklady
 - oficiální, bulvární, speciální, odborné, dětské
2. INTERNETOVÉ ZPRAVODAJSTVÍ
3. TELETEXT
4. ZPRAVODAJSTVÍ (TELEFON)



3 28-15:05

ZPRAVODAJSKÉ ÚTVARY PUBLICISTICKÉHO STYLU


1. ZPRÁVA - přináší stručně, jasně a v základních údajích informace o událostech, které proběhly
2. OZNÁMENÍ - informuje o události, která proběhne
3. VÝZVA - je oznámení vyzývající k rychlé akci či jednání
4. KOMUNIKÉ - je druh oznámení, má odborný charakter a propracovanou formu
5. INTERVIEW - rozhovor mezi dotazovanou osobou a publicistou
6. PUBLICISTICKÝ REFERÁT - popisuje průběh a charakter určité události



3 28-15:05

ANALYTICKÉ ÚTVARY PUBLICISTICKÉHO STYLU

1. ÚVODNÍK - zpravidla v úvodu časopisu, shrnuje aktuální téma
2. EDITORIAL - útvar podobný úvodníku, ale autorem bývá šéfredaktor časopisu
3. KOMENTÁŘ - přináší fakta a autorův názor na věc
4. GLOSA - stručná, kritická a mnohdy ironická poznámka k aktuálnímu dění
5. RECENZE - odborné a objektivní zhodnocení díla, knihy, posudek práce
6. DISKUSE
7. DEBATA
8. POLEMIKA
9. PROJEV
10. PROSLOV



3 28-15:05

BELETRISTICKÉ PUBLICISTICKÉ ÚTVARY

1. **ČRTA** - slohový publicistický útvar stojící na pomezí mezi analytickým a beletristickým žánrem -přináší přesná fakta, ale zároveň obsahuje beletristické prvky
2. **CAUSERIE (KORZÍÍ)** - stručné, zábavné, vtipné zamyšlení nad nezávažným tématem
3. **PUBLICISTICKÁ REPORTÁŽ** - podává informace o něčem zajímavém
4. **SLOUPEK** - je tištěný ve sloupci - zakladatel K. Čapek
5. **FEJETON** - vtipné, překvapivé zamyšlení nad problémem (Neruda, Jakub Arbes, K. Čapek)

3 28-15:05

POUŽITÉ ZDROJE:

1. Kvitková N., Helcová I.: **Čeština pro učební obory středních odborných učilišť**, Praha 1997, SNP
2. Štěrbová L., Vytejšková O.: **Český jazyk pro 1. -3. ročník Odborných učilišť**, Praha 1998, SNP
3. Olchovová, J. a kolektiv: **Písemná a ústní komunikace**, vyd. Hyl s.r.o., 2010, Valašské Meziříčí
4. Mašková, D.: **Český jazyk , přehled středoškolského učiva**, Třebíč, 2006, vyd. PV
5. **Galerie Smart program**

X 13-18:24