

## MÉDIÁ V KULTÚRE

Médiá sú vlastne prostriedkom komunikácie medzi komunikátorom (sprostredkovateľ, predajca, oznamovateľ,...) a prijímateľom (zákazník, záujemca).

Medzi najjednoduchšie delenie médií patrí delenie na:

- Teplé – pôsobia intenzívnejšie na emócie človeka a na viacero jeho zmyslov. Okrem hovoreného slova a obrazu sa zameriavajú aj na zvuky a hudbu. Zaraďujeme tu televíziu, kino, rozhlas, telefón a i.
- Chladné – prinášajú zase viac informácií, sú spravidla zachovateľné a rytmus prijímania informácií si volí človek sám. Patria sem noviny a časopisy, billboardy, obaly, darčkové predmety a i.
  - Elektronické – televízia, rozhlas, video, počítač.
  - Klasické – všetky ostatné médiá.

Medzi konkrétne útvary týchto médií patria filmy, reklamy, billboardy, hudba – piesne, knihy, noviny, časopisy, atď. My sme sa zamerali na dva – reklamu a noviny.

### Reklama

Reklama je platená alebo neplatená propagácia výrobku, značky či služieb, za účelom zvýšenia predaja. Medzi najpoužívanejšie nástroje reklamy patria noviny a časopisy, rádio a televízia, plagáty a billboardy, priama pošta, suveníry, katalógy a samozrejme internet. Ak obchodník (ponúkajúci) využíva niekoľko komunikačných kanálov naraz, hovoríme o marketingovej kampani. Reklamu využívajú najmä neziskové organizácie a obchodné spoločnosti. Jej cieľom je zaujať určitú skupinu ľudí, a to potenciálnych využívatelov daného výrobku alebo služby.

Primárnym účelom je presvedčať, informovať a ponúkať. Pri presvedčaní ide o snahu uistiť ľudí o tom, že môj produkt je lepší než konkurentov. Informovaním sa snažíme produkt čo najlepšie predstaviť a pripomínaním zabezpečiť, aby sa naň tak skoro nezabudlo – aby si ho ľudia zapamätali.

Reklama môže mať na človeka dobrý ale aj zlý vplyv. Medzi dobré patrí napr. výchova (dozvedáme sa všelijaké informácie, napr. cigarety škodia nášmu zdraviu). Na druhej strane nás reklama láka a častokrát môže spôsobiť závislosť (napr. alkohol, cigarety). Ľudia sa chcú veľmi často podobať tým, ktorí v reklamách vystupujú. Myslia si, že nie sú až takí dokonalí a musia mať presne tie isté veci ako dané osobnosti. Mnohí si neuvedomujeme, že ľudia, ktorí tam vystupujú, sú rovnakí ako my, s rovnakými problémami, ktoré máme aj my.

Reklamy mnohokrát sľubujú to, čo zákazník nedostane. Veľakrát je zlý alebo najhorší produkt predstavovaný ako tá najlepšia voľba. Na takúto propagáciu naletí zväčša staršia a viac dôverčivejšia generácia. Väčšinou ide o potraviny, modelky prezentujúce rôznu kozmetiku...

### Ciele reklamy:

- Udržanie si zisku, obratu a tržného podielu
- Zavedenie nového či inovatívneho produktu do obehu
- Zmena imidžu výrobku alebo značky



- Väčšia známosť produktu
- Zlepšenie povesti konkrétnej firmy či organizácie

Každý spotrebiteľ si pri reklame všima hlavne tieto veci:

- Vlastnosti produktu – zdôraznenie špecifických vlastností a kvalít tovaru
- Slogan – originálny, ľahko zapamätateľný
- Značka – asi najdôležitejšia časť produktu, ktorá približuje jeho úžitok a kvalitu
- Obal a etiketa – ochrana a identifikácia výrobku

V súčasnej dobe je reklama už nezanedbateľnou časťou nášho spoločenského života. Vnímame ju intenzívnejšie ako v predchádzajúcich rokoch. Je to hlavne vďaka rozvoju médií a ich vplyvu na nás. Konkurencia stále rastie, a tak sú podniky nútené investovať do reklám čoraz viac a viac. Preto môžeme v blízkej budúcnosti očakávať ich pokročilejšie a rafinovanejšie formy.

### **Noviny:**

Tento druh médií patrí medzi najstarší druh mediálnej komunikácie. Ide o publikáciu, ktorá vychádza každý deň – denníky, týždenne – týždenníky, či mesačne – mesačníky. Krajiny zvyknú mať aj svoje celoštátne alebo národné noviny, ktorých opakom sú zase miestne noviny. Noviny prinášajú väčšinou aktuálne udalosti z rôznych oblastí (správy zo sveta, ekonomiky, športu, predpovede počasia, komentáre...), o ktorých sa snažia informovať čo najrýchlejšie a čo najväčšie množstvo obyvateľstva. Tlačia sa na novinový papier, ktorý sa neviaže, ale skladá. Dajú sa kúpiť v novinových stánkoch, no doručujú sa aj predplatiteľom. V posledných rokoch začali vznikať aj internetové verzie novín, ktoré majú oproti tým papierovým niekoľko výhod (bezplatnosť, dostupnosť, možnosť okamžitej aktualizácie článku – najčerstvejšie informácie, prepojenie správ s inými správami). Ďalej sa môžeme stretnúť aj s e-novinami, tzv. elektronickými novinami, ktoré odpovedajú vytlačenej podobe novín so všetkými článkami, obrázkami a reklamami, ktoré sa v nich nachádzajú.

### Výhody novín:

- Zaujatie širokej vrstvy populácie
- Menšie finančné náklady
- Možnosť presného zamerania sa na cieľové skupiny
- Reklama v novinách patrí na prvé miesto v rebríčkoch dôveryhodnosti reklamných zdieľaní
- Čitateľ si ich môže prečítať opakovane

Veľmi dôležitou časťou novín je ich grafická úprava, ktorú delíme na:

- Dynamickú – výrazné titulky, väčší počet fotografií, farebnosť, rôzny štýl písma, rámčeky, viacero krátkych príspevkov na jednej strane, ...
- Statickú – jednoduché titulky, menej stĺpcov, málo fotografií, konštantné písmo, menej grafických prvkov.

### Základné časti novín:

- Borgiska – dôležitá správa napísaná väčším a výraznejším písmom
- Citácie – bývajú zvýraznené
- Hlavička – nachádza sa na 1. strane, obsahuje názov novín, ročník, dátum a rok, cenu a krátku charakteristiku novín
- Interview – rozhovor redaktora s nejakou významnou osobnosťou o určitej téme
- Inzeráty – upravené do rámečkov, majú výrazné titulky a značky daných firiem
- Komentár – novinársky článok, kde sa autor vyjadruje k určitej téme
- Komuniké – úradné oznámenie o diplomatických alebo štátnych udalostiach
- Glosa – stručný redakčný komentár k nejakej aktuálnej otázke
- Reportáž – zobrazenie skutočnej udalosti na základe autorovho svedectva
- Rubrika – stála časť novín, venovaná určitej tematike
- Tabloid – dvojstrana, ktorá tvorí jeden celok
- Tiráž – na konci novín, obsahuje meno šéfredaktora, jeho zástupcov, adresu redakcie, tlačiareň, náklady, spôsob distribúcie, ...

Medzi najznámejšie noviny na svete patria The New York Times, The Times; Le Monde, Libération; Frankfurter Zeitung; Daily Telegraph, ...

Medzi známe slovenské noviny patria SME, Pravda, Korzár, Hospodárske noviny, ...

Aj keď sa zdá, že papierové noviny pomaly kvôli internetu zanikajú, podľa nás je tu ešte vždy veľká skupina ľudí, ktorá dá prednosť týmto novinám z novinového stánku, keďže ich pokladá možno za dôležitejšie a za tie tisícročia existencie sa stali akousi tradíciou.

### Zdroje:

- <http://referaty.aktuality.sk/vplyv-medii-reklama/referat-1030>
- <http://cs.wikipedia.org/wiki/Reklama>
- M. McLuhan, *Človek, média a elektronická kultura*. Český Těšín: Jota 2008
- Osvaldová – Halada (vyd.), *Encyklopedie praktické žurnalistiky*. Praha: Libri 1999
- <http://referaty.aktuality.sk/hlavne-casti-novin-a-casopisov/referat-25990>



Kludia Ščisláková, Andrea Slaninková

2014/15, II.C