



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

CZ.1.07/1.5.00/34.0641

VY_12_INOVACE_ČJL_2-14

Vzdělávací obor: 33-56-H/01 Truhlář

36-67-H/ 01 Zedník

Předmět: Český jazyk a literatura

Ročník: 1

Tematický oblast:: Stylistika

Tematická okruh: zpráva, inzerát, odpověď na inzerát

Použité zdroje:

Kvítková, N. - Helclová, I: Čeština pro učební obory SOU, SPN, Praha 1997

Štěrbová, L. – Vytejková, O: Český jazyk pro 1. až 3. ročník OU, Septima, Praha 1998

Bauer, A. - Čeština na dlani - přehled světové a české literatury. Nakladatelství Rubico, Olomouc 2005, ISBN 80-7346-042-4

Anotace: 1 Učitel sdělí základní pravidla, využiji i výše uvedenou literaturu k nahlédnutí.

2. Žák pochopí rozdíly mezi jednotlivými vzory projevy. Dovede samostatně vypracovat zprávu, inzerát, odpověď na inzerát. Je schopen dle zadané www adresy vypsát výpisky, porozumět. Je schopen písemně i ústně zhodnotit výsledky svého pozorování.

Autor: Helena Kalátová

1.9.2012

Obsahová část

Projevy prostě sdělovací / zařazení/

Informační útvary

Projevy psané a mluvené

Zpráva, inzerát, reklama

Práce s ukázkami prací žáků

1. Jazykové projevy mají různou funkci a ta má vliv i na slohové zpracování projevu.

Styl prostě sdělovací – běžné promluvy, vzájemná komunikace mezi lidmi, zprávy, vyprávění.

Styl odborný – úřední dopisy/ mají ustálenou formu/, učebnice, odborné texty

Styl publicistický – noviny, časopisy, rozhlas, TV, řečnické projevy

Styl umělecký – poezie, próza- bohaté jazykové prostředky

2. Informační útvary jsou nejjednodušší, jde o prosté podání informace, bez hodnocení či komentáře

Zpráva, oznámení, inzerát, telegram, vyhláška, oběžník, zápis, protokol, smlouva, potvrzení.

3. **Projev mluvený** má oproti psanému výhodu, že můžeme zdůraznit řečí slovo, myšlenku, udělat pauzu, určit tempo a rytmus řeči. Můžeme vyjádřit radost, smutek, zklamání, překvapení. Gestikulací či mimikou zvláště nevhodnou můžeme mnoho pokazit / ušklíbnutí, pohyb ruky, pohled očí/. Máme možnost okamžitě reagovat na odezvu posluchačů a myšlenku vyjádřit znovu, jinak, výstižněji. Lépe budeme rozumět, používáme-li kratší věty.

Projev psaný má výhodu dokonalejšího propracování myšlenky, užití delších souvětí. Čtenář se může vracet k textu a volit si sám svoje tempo vnímání. Slova k zdůraznění můžeme podtrhnout.

Zpráva

Prosté oznámení, informace např. režim dne v zařízení, průběh komunity, zpráva o konaném sportovním utkání.

Inzerát

Chceme-li něco koupit, prodat, sehnat brigádu dáme inzerát do novin, na vývěsku, na internetový web. Uvádí se pod značkou, která může doplnit text. Inzerát je stručný, výstižný. Často se platí podle počtu slov.

Vzor: Prodám Babetu, dvourychlostní, červená, zachovalá, rok výroby 2000. Zn. Cena dohodou. 5619673

Odpověď na inzerát

Vážený pane, odpovídám na Váš inzerát uveřejněný v Příbramském deníku dne 2. září pod značkou Cena dohodou -5619673.

Mám vážný zájem o koupi, sdělte mi proto, prosím, veškeré bližší informace, popř. datum setkání, telefonicky nebo písemně.

Děkuji.

Petr Kubát, Žákovská 9, 160 00 Praha

Tel. 318586025, Petr15@seznam.cz

Kontrolní cvičení

Reklama

Vyhledej na PC: Wikipedie – reklama. Po prostudování druhy, legislativa, účel, cíl, metody klamavé reklamy, připrav písemný projev ve formě **výpisků z textu** nejdůležitější obsah a pamatuj si.

Inzerát

Promysli a zapiš do pracovního sešitu inzerát: Hledám letní 14 denní brigádu.

Práce s ukázkami žáků

Napsané inzeráty vyhodnotí učitel a poukáže na obecné nedostatky v oslovení, dotazu, nabídce své činnosti, informace o svých možnostech v praxi, chybného kontaktu. Individuálně pomůže odstranit chybějící či nevhodné informace jednotlivých žáků.

Autorem materiálu a jeho částí, pokud není uvedeno jinak je Helena Kalátová. Při zpracování využity výše uvedené učebnice.

Tyto materiály byly vytvořeny za podpory a spolufinancování projektu a fondů EU.