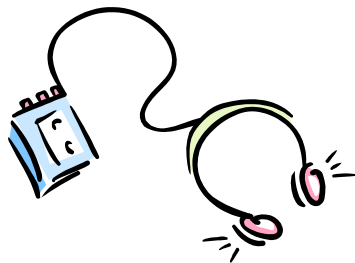


RADIO

1. Kratka zgodovina radia.
2. Kakšne vrste medij je radio (vidni, slišni, vidno - slišni)?
3. Naštejte nekaj domačih in tujih radijskih postaj.
4. Kakšne vrste oddaj lahko slišimo po radiu?
5. Zakaj poslušas radio (vaše mnenje, izkušnja)?
6. Izberite eno radijsko postajo in jo predstavite (zgodovina, komu je postaja namenjena, kakšne vrste oddaj predvajajo, če želite, predstavite tipično oddajo.)

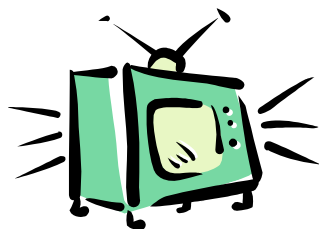
Razmislite, preverite, kakšen je vpliv te postaje in njenega programa na poslušalce (nasilje, raba slovenščine ipd.).



TELEVIZIJA

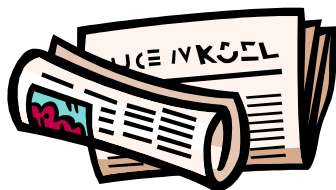
1. Kratka zgodovina televizije.
2. Kakšne vrste medij je TV (vidni, slišni, vidno - slišni)?
3. Naštejte nekaj domačih in tujih TV postaj.
4. Kakšne vrste oddaj lahko vidimo na televiziji?
5. Zakaj gledaš televizijo (vaše mnenje, izkušnje)?
6. Izberite eno TV postajo in jo predstavite (zgodovina, komu je postaja namenjena, kakšne vrste oddaj predvajajo, če želite, predstavite tipično oddajo.)

Razmislite, preverite, kakšen je vpliv te postaje in njenega programa na gledalce (nasilje, raba slovenščine ipd.).



ČASNIKI

1. Kratka zgodovina časopisa.
 2. Kakšne vrste medij je časopis (vidni, slišni, vidno - slišni)?
 3. Naštejte nekaj domačih in tujih časnikov (ne revij!).
 4. Katere vrste časnikov poznamo (glede na pogostost izhajanja in glede na vsebino)?
 5. Zakaj bereš časnike /ne bereš časnikov, katere časnike bereš (vaše mnenje, izkušnje)?
 6. Izberite en časnik in ga predstavite (kako dolgo že izhaja, komu je namenjen, o čem piše, stalne in občasne rubrike, če želite, predstavite eno od rubrik).
- Razmislite, preverite, kakšen je vpliv tega časnika na bralce (nasilje, raba slovenščine ipd.).



REVIJE

1. Kratka zgodovina revij
2. Kakšne vrste medij je revija (vidni, slišni, vidno - slišni)?
3. Naštejte nekaj domačih in tujih revij (ne časnikov!).
4. Katere vrste revij poznamo?
5. Zakaj bereš revije/ne bereš revij, katere revije bereš (vaše mnenje, izkušnje)?
6. Izberite eno revijo in jo predstavite (kako dolgo že izhaja, komu je namenjena, o čem piše, stalne in občasne rubrike, če želite, predstavite eno od rubrik).

Razmislite, preverite, kakšen je vpliv te revije na bralce (nasilje, raba slovenščine ipd.).

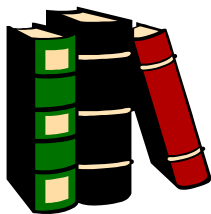


KNJIGA

1. Kratka zgodovina tiska in knjig (Gutenberg, tiskarski stroj, prve knjige, ...).
2. Kakšne vrste medij je knjiga (vidni, slišni, vidno - slišni)?
3. Katere vrste knjig poznamo?
4. Kako delimo književnost? Naštejte nekaj literarnih zvrsti.
5. Zakaj bereš knjige/ne bereš knjig, kakšne knjige najraje bereš (vaše mnenje, izkušnje)?
6. Izberite eno knjigo (npr. od letos nagrajenih) in jo predstavite (komu je namenjena, kratka vsebina ipd.) Razmislite, preverite, kakšen je vpliv te knjige na bralce (nasilje, raba slovenščine ipd.).

ALI

Izdelajte anketo o branju in predstavite rezultate. Sošolce ali učitelje povprašajte, kako pogosto berejo, kaj najraje berejo itd. Posvetujte se z učiteljico.



INTERNET

1. Kratka zgodovina interneta (pobrsčajte po internetu).
2. Kakšne vrste medij je splet (vidni, slišni, vidno - slišni)?
3. Kaj vse lahko najdemo na internetu?
4. Zakaj brskaš/ne brskaš po internetu, katere strani najpogosteje obiščeš (vaše mnenje, izkušnje)?
5. Izberite eno zase in vrstnike uporabno spletno stran in jo predstavite (komu je namenjena, kratka vsebina ipd.)
Razmislite, preverite, kakšen je vpliv te strani na obiskovalce.

ALI

Izdelajte anketo o uporabi interneta in predstavite rezultate.
Sošolce ali/in učitelje povprašajte, kako pogosto brskajo po spletu, kaj jih najbolj pritegne, itd.
Posvetujte se z učiteljico.



REKLAMA

1. Kje vse lahko srečamo reklame, oglase?
2. Kakšne reklame vas pritegnejo, kako reagirate nanje (vaše mnenje, izkušnje)?
3. Izberite znano reklamo in jo analizirajte (kaj oglašča, komu je namenjena, kako skuša privabiti potrošnike, ali opazite pretiravanje in v čem, s čim nas skuša prepričati, katere so resnične prednosti predstavljenega izdelka, kakšne so osebe, ki jih oglas prikazuje, kakšne želje oglas vzbuja pri potrošniku, česa oglas potrošniku ne pove, kaj se lahko zgodi potrošniku, če povsem verjame oglasu, kaj je cilj naročnika oglasa, ipd.).
4. Zamislite si svoj oglas za neki izdelek.



KUPITI ALI NE KUPITI