



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

**Střední průmyslová škola strojnická Olomouc
tř.17. listopadu 49**

**Výukový materiál zpracovaný v rámci projektu
„Výuka moderně“**

Registrační číslo projektu: CZ.1.07/1.5.00/34.0205

Šablona: III/2 Český jazyk, umění a kultura

Sada: 3

Číslo materiálu v sadě: 11

Název: **Publicistický styl – souhrnný test**

Jméno autora: Mgr. Marta Skopalíková

Předmět: Český jazyk, umění a kultura

Jazyk: čeština

Klíčová slova:

funkce publicistického stylu

jazykové prostředky

slohové útvary

slohové postupy

žurnalistika

Cílová skupina: žák 16 – 19 let

Stupeň a typ vzdělání: 3. ročník, střední odborné

Typ interakce: aktivita

Druh výukového zdroje: Test

Očekávaný výstup: Žák si dokáže utřídit teoretické informace k dílčím tématům z oboru publicistiky tak, aby odpověděl správně na uzavřené typy úloh.

Metodický list/anotace

DUM je zaměřen na shrnutí poznatků o publicistickém stylu, žáci si kromě znaků, jazykových prostředků a útvarů publicistického stylu utřídí také pojmy z oblasti žurnalistiky a připomenou si nejvýznamnější novináře 19. – 21. století. Test je tvořen uzavřenými odpověďmi s jedním správným řešením a odpovídá koncepci státní maturitní zkoušky.

Vytvořeno: 01. 11. 2012

Pracovní list

1. Publicistický styl má funkci:

- a) sdělovací, získávací, přesvědčovací
- b) prostě sdělovací, uměleckou, agitační
- c) prostě sdělovací, vzdělávací, přesvědčovací

2. Rozhodněte, která výpověď o publicistickém stylu je pravdivá:

- a) zahrnuje všechny oblasti veřejné správy
- b) je dynamický a reaguje na potřeby společenské situace
- c) estetická funkce je dominantní funkcí tohoto stylu

3. Publicistický styl používá výrazy:

- a) automatizované a aktualizované
- b) zhuštěné
- c) odborné termíny

4. ... styl působí v některých svých útvarech na adresáta záměrně emotivně, a snaží se tak ovlivnit jeho názory a postoje.

Tato výpověď neoznačuje slohový styl:

- a) odborný
- b) umělecký
- c) publicistický

5. Publicistický styl nepoužívá:

- a) citově zabarvená slova
- b) hovorové výrazy
- c) argot

6. K častým jazykovým prostředkům publicistického stylu patří:

- a) shodné přívlastky
- b) vedlejší věty
- c) citově zabarvená slova

7. V publicistickém stylu se využívá především slohový postup:

- a) úvahový
- b) informační
- c) popisný

8. Mezi strukturální prvky novin a časopisů nepatří:

- a) záhlaví
- b) inzerce a reklamy
- c) resumé

9. Běžnou součástí většina periodik je:

- a) polemika
- b) normy
- c) řádková inzerce

10. Do publicistického stylu nepatří následující útvary:

- a) reportáž, fejeton
- b) popis, sms zpráva
- c) komentář, článek

11. Rozhodněte, která výpověď o publicistickém stylu je pravdivá:

- a) zpráva informuje o události, která teprve proběhne
- b) komentář je založen na čistě objektivním zpravodajství
- c) zpráva informuje stručně o události, která proběhla

12. K publicistickému útvaru nepatří:

- a) výklad
- b) diskuse
- c) interview

13. Útvary publicistického stylu *recenze* a *kritika* mají za úkol:

- a) hodnotit určité dílo
- b) upozornit pouze na nedostatky určitého díla
- c) informovat pouze o kvalitě díla

14. Autentický záznam události, barvitost, zaměření na zajímavé momenty, vystižení atmosféry, útržky rozhovorů, expresivní výrazy, přítomný čas, ... jsou znaky typické pro:

- a) fejeton
- b) zprávu
- c) reportáž

15. Recenze je publicistický útvar, který využívá také postupů:

- a) stylu uměleckého a řečnického
- b) stylu odborného a uměleckého
- c) stylu prostě sdělovacího a administrativního

16. Fejeton je:

- a) publicistický útvar středního rozsahu reagující na aktuální společenské téma neotřelou formou, s humorem a nadhledem
- b) publicistický útvar středního rozsahu reagující na aktuální společenské téma a vyjadřující postoj autora, zaměřující se na odborná fakta a informace
- c) publicistický útvar krátkého rozsahu reagující bezprostředně na aktuální událost

17. Zhodnocení uměleckého díla, prvky kritiky, informace o díle přináší:

- a) interview
- b) sloupek
- c) recenze

- 18. Minulý čas, objektivita, údaje *kdy, kde, co, jak, proč* jsou charakteristické znaky pro:**
- reportáž
 - tzv. rozšířenou zprávu
 - komentář
- 19. K beletristickým útvarům publicistického stylu patří:**
- črta
 - komentář
 - sloupek
- 20. Publicistický útvar *sloupek* nepsal:**
- Karel Poláček
 - Karel Čapek
 - Jan Neruda
- 21. Jan Neruda vnesl do publicistiky:**
- glosu
 - fejton
 - úvodník
- 22. Pro bulvár je charakteristická následující tvrzení:**
- Jedná se o objektivní bezprostřední zpravodajství, jehož cílem je především zaujmout a informovat adresáta.
 - Radí se pouze do psané publicistiky, cílem je zaujmout, pobavit čtenáře.
 - Cílem je zaujmout, přitáhnout pozornost adresáta bez ohledu na objektivnost a serióznost sdělení.
- 23. Periodický tisk vychází:**
- nepravidelně, je vydáván ke zvláštním příležitostem
 - vždy jednou za týden
 - pravidelně, většinou denně nebo jednou týdně
- 24. Investigativní žurnalistika je:**
- žurnalistika mluvená, tzn. zahrnující televizní nebo rozhlasové vysílání.
 - tzv. pátrací žurnalistika, zaměřující se především na hledání pravdivých informací a objektivních příčin nějakého společenského jevu nebo události, které se někdo snaží utajit.
 - žurnalistika, která je financována pouze investory z neziskového sektoru.
- 25. Autorizace je:**
- uveřejnění autora článku nebo jiného útvaru psané publicistiky.
 - respektování autorských práv při psaní publicistického útvaru.
 - udělení souhlasu osobnosti s uveřejněním výsledné podoby interview.

26. Tvůrcem tzv. sloupku je český spisovatel patřící do demokratického proudu:

- a) Karel Čapek
- b) Karel Poláček
- c) Josef Čapek

27. Autory demokratického proudu 1. pol. 20.st. spojovala aktivní žurnalistická činnost v:

- a) Národních listech
- b) Národních novinách
- c) Lidových novinách

28. Požadavek tvůrčí kritiky vyslovil již v 19. století novinář a spisovatel:

- a) K. H. Borovský
- b) K. H. Mácha
- c) J. K. Tyl

29. Počátky české žurnalistiky datujeme do období národního obrození, první české vydavatelství založené V. M. Krameriem v roce 1791 se jmenovalo:

- a) Vlastenecká expedice
- b) Krameriova expedice
- c) Česká expedice

30. Jan Neruda, autor fejetonů, přispíval během života do mnoha periodik, nejdelší dobu setrval v redakci:

- a) Národní listy
- b) Lidové noviny
- c) Květy české

31. Uznávaný a obávaný literární kritik konce 19. a počátku 20. století, profesor románských literatur na UK, vydavatel vlastního časopisu Zápisník se jmenoval:

- a) T. G. Masaryk
- b) Ot. Hostinský
- c) F. X. Šalda

32. K významným českým novinářům 20. století patří:

- a) V. Havel, E. Kantůrková, K. Kryl, P. Landovský
- b) R. Křesťan, J. Klíma, M. Komárek, Ladislav Verecký
- c) J. Paroubek, J. Dienstbier, M. Zeman

Řešení

**1a 2b 3a 4a 5c 6a 7b 8c 9c 10b 11c 12a 13a 14c 15b 16a 17c 18b 19a 20c 21b 22c 23c
24b 25c 26b 27c 28a 29c 30a 31c 32b**

Použité zdroje:

MAŠKOVÁ, Drahůše. *Český jazyk: přehled středoškolského učiva. edice MATURITA*. 1. vyd. Třebíč: Petra Velanová - VYUKA.cz, 2005. ISBN 80-902571-5-1.

POLÁŠKOVÁ, Taťána, Dagmar MILOTOVÁ a Zuzana DVOŘÁKOVÁ. *Literatura: přehled středoškolského učiva. edice MATURITA* 2. vyd. Třebíč: Petra Velanová - VYUKA.cz, 2007. ISBN 80-902571-6-X