

3.2 Pokyny k vytvorenej aplikácii

V tejto časti budeme opisovať skladbu tém interaktívnej aplikácie a jej samotných cvičení a optimálny prístup pedagógov a študentov k aplikácii a jej jednotlivým cvičeniam. Na tomto mieste budeme opisovať cvičenia, ktoré sú obsiahnuté v štyroch témach interaktívnej aplikácie.

Požiadavky na správne fungovanie aplikácie sú počítač, výstupné zariadenia ako monitor, projektor s plátnom alebo interaktívnou tabuľou. Vstupné zariadenia ako klávesnica a myš. V prípade, že aplikáciu budú na hodinách mediálnej výchovy používať on-line, tak prístup k internetu. Ak sa bude aplikácia používať ako aplikácia uložená v počítači, tak na spustenie aplikácie je nutné mať nainštalovaný prehrávač FlashPlayer v najnovšej verzii. Najvhodnejším využívaním aplikácie vo vyučovaní je, aby mal počítač každý študent. V prípade, že učebňa nie je dostatočne vybavená, je možné, aby s aplikáciou pracovali maximálne traja žiaci. Ak škola nedisponuje učebňou vybavenou počítačmi je nutné, aby si vyučujúci priniesol na hodinu svoj počítač aj s projektorom a v riešení cvičení z aplikácie sa budú študenti po jednom striedať.

Pre prvú tému Masové média ako organizácie sú vytvorené dve cvičenia. Prvé z nich je vo forme hypertextového odkazu, ktorý preniesie používateľa na internetovú aplikáciu, v ktorej bude hľadať sídla mediálnych korporácií po celom svete. Aplikácia je vytvorená prostredníctvom internetovej stránky www.classtools.net, ktorá slúži na vytváranie hier, kvízov, diagramov a rôznych aktivít. Pre toto cvičenie sme si vybrali šablónu Mission: MapQuest, ktorá je založená na princípe vyhľadávania miest na Google mape. Používateľ bude mať za úlohu nájsť desať sídiel mediálnych organizácií po celom svete. Za každé nájdene miesto získa mince. Druhé cvičenie v tejto téme je pexeso. Študenti majú za úlohu nájsť rovnaké logá mediálnych organizácií. V pexese sa nachádzajú logá mediálnych organizácií z celého sveta, printové, televízne, rozhlasové alebo internetové médiá. Po odohratí pexesa im aplikácia vyhodnotí ich výkon. Čo najmenší počet ťahov/pokusov tým je hráč v pexese úspešnejší.

V druhej téme manipulatívne prvky v reklame je vytvorený iba jeden typ cvičenia. Úlohou tohto cvičenia je, aby študenti správne identifikovali manipulatívne prvky v ponúknutých reklamách. Majú na výber z troch reklám. Každá má iné typy manipulácie, teda manipulatívnych techník na ovplyvňovanie spotrebiteľa. Používateľ si môže vybrať s niekoľkých možností manipulácie a aplikácia mu jeho rozhodnutie ihneď vyhodnotí. Pri tomto cvičení je priestor na oboznámenie študentov s technikami reklám na ovplyvňovanie spotrebiteľa a možnosťami, ako sa pred nimi brániť.

Predposledná téma v interaktívnej aplikácii je zameraná na druhy a typy periodickej tlače. V tomto okruhu je tiež iba jedno cvičenie, ktoré je zamerané na tvorbu titulnej strany tlačených novín. Študenti majú na výber z troch denníkov a to bulvárneho, ekonomického alebo univerzálneho denníka. Po výbere akéhokoľvek typu denníka sa im na plochu zobrazí prázdna titulná strana novín. Ich úlohou je naplniť titulnú stranu podľa vlastného uváženia správami, ktoré majú na výber. Titulnú stranu novín naplnia po stlačení príslušného tlačidla. Ak sa im ich výber nepáči majú možnosť svoju titulnú stranu vymazať a opätovne ju naplniť. Po vyplnení svojej titulnej strany tlačených novín si študent obhľadá, prečo uložil jednotlivé správy na to konkrétne miesto. Vzniká diskusia, pri ktorej študenti nadobúdajú hrovou formou informácie o vzniku novinových titulných strán.

V poslednej téme s názvom Nebezpečenstvá internetu sme vytvorili dve cvičenia. Prvé cvičenie je test, ktorý má odhaliť, či sú študenti závislí na internete. Test sa sprístupní po kliknutí na hypertextový odkaz, ktorý odkazuje priamo na test. Test má dvadsať otázok a čas na jeho vypracovanie je dostatočne dlhý, aby ho stihli vyplniť aj študenti, ktorí čítajú pomalšie. Pri každej otázke sú tri možnosti. Študenti môžu označiť iba jednu odpoveď. Po vyplnení poslednej otázky sa im test vyhodnotí vo forme počtu dosiahnutých bodov. Tie študenti musia vpísať do pripraveného boxu v aplikácii. Aplikácia im následne vyhodnotí ich test a vypíše na obrazovku, či sú alebo nie sú závislí od internetu. Druhé cvičenie v tejto téme je interaktívny príbeh, ktorého dej budú ovplyvňovať študenti. Tento príbeh upozorňuje na prijímanie sms správ od pochybných odosielateľov, otváranie neoverených internetových stránok a poskytovanie osobných údajov tretím osobám. Tento príbeh teda učí študentov ako správne pristupovať k internetu.

3.2.1 Odporúčany prístup pre pedagógov k aplikácii a postup jej začlenenia do výučby

V tejto kapitole ponúkame optimálny prístup k interaktívnej aplikácii pre pedagógov a jej možného začlenenia do výučby. Popíšeme tu, čomu by sa mali pedagógovia venovať pri jednotlivých témach a cvičeniach, ako správne ovládať aplikáciu a prípadne správne odpovede a riešenia cvičení.

Všetky ovládacie prvky interaktívnej aplikácie sú logicky označené. Napríklad do menu s ponukou tém sa vždy dostaneme pomocou tlačidla s nápisom menu alebo aplikáciu ukončíme tlačidlom s obrázkom typickým pre vypnutie.

Pri téme Masové médiá ako organizácie a prislúchajúcich dvoch cvičeniach sú ciele hodín mediálnej výchovy nasledovné. Chápať masové médiá ako organizácie a vedieť ako sú financované a riadené. Rozpoznávať rozdiely medzi verejnoprávnymi a súkromnými médiami (Kačinová a kol., 2007, s. 2). Hodina zameraná na túto tému môže začať diskusiou medzi študentmi a vyučujúcim o tom, aký je rozdiel medzi verejnoprávnymi a súkromnými médiami. Vyučujúci sa ďalej môže pýtať študentov, aké verejnoprávne médiá poznajú na Slovensku a aké v zahraničí. Obdobne aj pri verejnoprávnych médiách. Aké médiá oni preferujú a prečo. Po diskusii vyučujúci prejde k prvému cvičeniu v aplikácii a to k hľadaniu mediálnych korporácií. Pri tomto cvičení pracuje každý študent osobitne ak to vybavenie učebne dovoľuje. V prípade nedostatku osobných počítačov v učebni môžu študenti pracovať v malých skupinkách s maximálne troma študentmi. V krajnom prípade, ak škola nedisponuje počítačovou učebňou, vyučujúci pripojí svoj notebook k projektoru a študenti hľadajú mediálne strediská na mape kolektívne. Správne riešenia tejto úlohy spolu so zoznamom hľadaných mediálnych inštitúcií sme spísali do prehľadnej tabuľky č. 1. Po skončení tohto cvičenia sa vyučujúci môže spýtať, či mali

	Hľadaná mediálna inštitúcia	Adresa med. inštitúcie na google maps
1.	Nájdite budovu, v ktorej sídli British Broadcasting Corporation (BBC)	Broadcasting House, Portland Pl, London W1A 1AA, Spojené kráľovstvo
2.	Nájdite budovu, v ktorej sídli Cable News Network (CNN)	CNN, 190 Marietta St NW, Atlanta, GA
3.	Nájdite hlavnú budovu Rozhlasu a televízie Slovenska (RTVS)	Mlynská dolina, Bratislava Slovenská republika
4.	Nájdite na mape sídlo spoločnosti Walt Disney	Buena Vista street, Burbank, California
5.	Nájdite miesto kde sídli TV Markíza	Bratislavská, Záhorská Bystrica, Slovenská republika
6.	Nájdite kde má sídlo spoločnosť Pixar	Park avenue, Emeryville, Kalifornia, USA
7.	Kde sídli Česká televízia?	Česká televize, Praha 4, Česká republika
8.	Nájdite sídlo spoločnosti DreamWorks	Dreamworks LLC, Flower Street, Glendale, CA, United States
9.	Nájdite miesto kde sídli Slovenský rozhlas	Slovenský rozhlas, Mýtna, Bratislava – Staré mesto, Slovenská republika
10.	Kde sídli spoločnosť Discovery Communications Inc.?	Discovery Communications Inc, Discovery Place, Silver Spring, Maryland, USA

Tab. č. 1 Správne odpovede k prvému cvičeniu v aplikácii (Vlastný zdroj)

problémy s hľadaním a či niektoré vedeli určiť okamžite. Takto plynulo prejde pedagóg k vysvetľovaniu, čo ktoré médiá vysielajú a publikujú. Na aký obsah správ alebo vysielaciu štruktúru sa jednotlivé médiá zameriavajú. Pred koncom hodiny si študenti zahrajú ďalšiu hru z aplikácie. V pexese sú obrázky rôznych médií z celého sveta. Popri

hľadání sa bude vyučujúci pýtať na logá médií, ktoré už odkryli, či ich poznajú, či sú verejnoprávne alebo súkromné. Či študenti vedia čo je ich obsahom vysielania alebo poslaním. Ako často sledujú, čítajú alebo sa venujú jednotlivým médiám, ktoré nájdu v pexese. Študent, ktorý bude najúspešnejší v tejto hre nemusí napríklad spracovať domácu úlohu. Najúspešnejší hráč je ten, ktorý nájde všetky rovnaké logá médií s čo možno najmenším počtom pokusov (ťahov). V prílohe B nájdu vyučujúci zoznam médií, ktoré sa v hre pexeso objavajú spolu s popisom týchto médií.

Ďalšia hodina podporená nami vytvorenou aplikáciou sa bude venovať reklame a jej účinkami na človeka a manipulatívnym prvkom nachádzajúcich sa v reklamách. Cieľom tejto hodiny je naučiť študentov správne identifikovať pozitívne a negatívne účinky reklamy na človeka a taktiež naučiť odhaľovať manipulatívne prvky v reklame (Kačínová a kol., 2007, s. 41). Hodina by sa mohla začať otázkou pre študentov, či ich už niekedy ovplyvnila reklama pred kúpou nejakého produktu. Nech študenti sami popíšu reklamu, ktorá ich ovplyvnila a prečo ich asi ovplyvnila. Takýmto spôsobom môže priviesť vyučujúci študentov k zoznamu manipulatívnych prvkov, ktoré sa objavujú v reklame. Nájdené manipulatívne prvky si môžu študenti zapisovať na tabuľu, aby vedeli, ktoré už objavili. Po tejto diskusii je vhodné využiť aplikáciu s cvičením, v ktorom majú študenti za úlohu identifikovať a následne správne označiť manipulatívne prvky vo vybraných reklamách. V aplikácii sa nachádzajú tri reklamy. Pri každej reklame je šesť manipulatívnych prvkov. V tabuľke č. 2 vyučujúci nájde správne odpovede k jednotlivým reklamám. Po tomto cvičení vyučujúci vysvetlí ako môže reklama negatívne a pozitívne

Reklama na Elseve		Reklama na Sensodyne		Reklama na Vineu	
Správne odpovede	Nesprávne odpovede	Správne odpovede	Nesprávne odpovede	Správne odpovede	Nesprávne odpovede
Slogan	Niečo výnimočné	Odborník	Známa osoba	Nostalgické zábery	Odborník
Známa osoba	Apel na inakosť	Novosť výrobku	Humor	Výzva na inakosť	Novosť produktu
Potvrdené testami	Dej v reklame	Revolučné riešenie	Hudba	Humor	Výhodná ponuka

Tab. č. 2 Manipulatívne prvky vo vybraných reklamách (Vlastný zdroj)

pôsobiť na spotrebiteľa. A ako funguje príprava reklamy.

Tretia hodina mediálnej výchovy s použitím interaktívnej aplikácie sa zaoberá témou: druhy a typy periodickej tlače. Cieľom tejto hodiny by malo byť naučiť študentov kriticky posudzovať kvalitu obsahovej zložky v bulvárnych tlačených novinách v porovnaní so serióznymi denníkmi a oboznámiť sa, ako jednotlivé typy denníkov vytvárajú svoju titulnú stranu novín z obsahovej stránky (Kačínová a kol., 2007, s. 10).

Na úvode hodiny vyučujúci oboznámi študentov s druhmi tlačенých médií. Aké tlačенé médiá máme na Slovensku podľa zamerania, periodicity a či existuje aj verejnoprávne tlačенé médium, alebo všetky tlačенé médiá sú v súkromnom vlastníctve. Po tomto úvode môžu pristúpiť k cvičeniu z interaktívnej aplikácie zameranej na túto problematiku. Úlohou študentov bude zostaviť titulnú stranu pre niektorý z troch typov tlačенých médií. V našej aplikácii sú na výber tri druhy tlačенých médií a to bulvárne noviny, ekonomické noviny a univerzálne noviny. Odporúčaný postup pri tomto cvičení je taký, že všetci študenti budú tvoriť titulnú stranu naraz jednému tlačnému médiu. Takto postupne prejdú všetky tri médiá. Aplikácia ponúka krátky manuál k cvičeniu, zoznam tituliek – správ, z ktorých budú študenti vyberať pre svoju titulnú stranu. Okienka, do ktorých budú vypisovať čísla jednotlivých tituliek a samotnú titulnú stranu rozdelenú na boxy. Podľa vlastného uváženia vyplnia všetky okienka číslami prislúchajúcim jednotlivým titulkom. Aplikácia je nastavená tak, aby nedovolila študentom zadať iné čísla, ako sú očíslované titulky. Ak sa študent rozhodne zmeniť svoje zloženie titulnej strany jednoducho ju vymaže prislúchajúcim tlačidlom a pokračuje vo vyplňaní titulnej strany novín od začiatku. Optimálne vyplnenie titulnej strany bulvárneho denníka je v prílohe C1. Po tom ako si študenti vyplnia a zobrazia titulnú stranu bulvárnych novín, vyučujúci otvorí diskusiu, prečo zvolili práve takéto zloženie titulnej strany. Vysvetlí im ako pristupujú bulvárne periodiká k zloženiu svojich novín a porovnajú ich vytvorenú titulnú stránku s originálnou titulnou stranou bulvárnych novín. Obdobne to bude aj s ostatnými typmi tlačенých médií nachádzajúcimi sa v našej interaktívnej aplikácii. Po vyplnení nasleduje diskusia, poučenie o tom, ako jednotlivé periodiká zostavujú štruktúru svojej titulnej strany a porovnanie s originálom titulnej strany prislúchajúceho periodika. Pre ekonomické noviny je originálna titulná strana v prílohe označenej C2 a pre univerzálne noviny v prílohe označenej C3. Ako domácu úlohu môžu študenti dostať porovnať titulné strany minimálne dvoch denníkov v tom aktuálnom dni, alebo dňa pred ďalšou vyučujúcou hodinou mediálnej výchovy. Stačí, ak si vypíšu rozdiely medzi titulnými stranami a na hodine o nich v krátkosti porozprávajú.

Poslednou témou v našej interaktívnej aplikácii je Nebezpečenstvá internetu. V tejto téme sú dve cvičenia. Prvým je test, ktorý odhalí, či sú študenti závislí od internetu a druhým cvičením je kreslený interaktívny príbeh upozorňujúci na nebezpečenstvá on-line sveta. Cieľom hodiny využívajúcej tieto cvičenia je, aby si študenti uvedomovali negatívne dopady závislosti na internete na ich osobnosť a vedeli sa správne zachovať pri rôznych situáciách, ktoré môžu nastať pri využívaní internetu (Kačínová a kol., 2007, s. 6). Hodina môže začať hneď prvým cvičením z aplikácie a to testom na závislosť od internetu.

Pri tomto cvičení v aplikácii je stručný manuál, ako majú študenti postupovať. Test sa nachádza mimo aplikácie, preto je potrebné kliknúť na hypertextový odkaz, ktorý nás presunie na internetovú stránku s testom. Test je jednoduchý. Na vyplnenie majú študenti dostatok času. V teste je nastavený maximálny čas trvania testu 15 min, ale študenti by ho mali zvládnuť za menej ako 5 min. V teste je dvadsať otázok a pri každej otázke sú vždy tri odpovede. Odpovede sú vždy rovnaké: často, občas, vôbec. Odpovede sú bodované tak, že odpoveď vôbec má nula bodov, odpoveď občas jeden bod a odpoveď často má dva body. Po vykonaní testu sa im zobrazí výsledok a potom prepíšu počet dosiahnutých bodov do aplikácie, pripraveného boxu. Aplikácia im test automaticky vyhodnotí. Hodnotenie testu je nasledovné:

0 – 15 - Šťastlivec! Internet ti nič nehovorí, a tak máš veľa času na mnoho voľno-časových reálnych aktivít a nie virtuálnych.

16 – 29 - Patriš medzi súčasnú väčšinu - internet vyhľadávaš a k životu potrebuješ. Dokážeš sa, ale kontrolovať a stanoviť si hranice. Ale pozor, aby si sa nestal ešte viacej závislým. Radšej sem-tam vyraz niekam von.

30 - 40 - Na internete si závislí až patologicky a skutočne by si mal vyhľadať lekára, pretože ide už o chorobu.

V prípade, že študent zadá iné číslo, v povolenom rozmedzí, aplikácia ho upozorní na to, že zadal zlé číslo. Vyučujúci následne bude vysvetľovať, prečo jednotliví študenti dostali hodnotenie také aké dostali. Upozorní ich na to, ako je nebezpečné považovať internet za svojho najlepšieho kamaráta a prostriedok k celodennej zábave. Ako by mali zmeniť napríklad svoj doterajší prístup k on-line komunikácii. Tých študentov, ktorí dosiahli výsledok 0 až 15 bodov, vyučujúci pochváli a slovne ich označí za vzor pre druhých študentov. To, ako sa vedľa zachovať pri určitých situáciách s novými médiami, si vyskúšajú študenti v ďalšom cvičení v interaktívnej aplikácii. Cvičenie je vo forme interaktívneho kresleného príbehu. Cieľom tohto cvičenia je upozorniť na nebezpečenstvo neoverených internetových stránok, poskytovania osobných údajov na on-line sieti a dôverčivosť študentov na sms správy od cudzích odosielateľov. Študentov prevedie príbehom desaťročné dievča menom Zuzka, ktorá sa chystá do školy, ale príde jej sms správa, že niečo vyhrala a má ísť na internet. Zuzka zabúda na svoje povinnosti a uteká k počítaču, aby si prevzala výhru. Zuzka, ale čoskoro zistí, že celé to bol podvod a ešte navyše jej vírus zničil počítač. Takto sa dej príbehu odohrá, ak študent dovolí malému dievčaťu zabudnúť na svoje povinnosti a radšej ju pošle k počítaču. V prípade, že študent rozhodne tak, aby išla Zuzka do školy, príbeh sa skončí šťastne. Interaktivita príbehu teda spočíva v tom, že študenti ovplyvňujú dej príbehu svojimi rozhodnutiami. Na konci hodiny

vyučujúci zhodnotí negatívne a pozitívne účinky internetu a on-line komunikácie na človeka.

Prístup študentov k interaktívnej aplikácii je na základe pokynov vyučujúceho. Študent by nemal vypracovávať cvičenia dopredu, pretože sa potom stráca edukačný zmysel aplikácie.

Príloha A: Zoznam médií v hre pexeso so stručným popisom médií

Slovenská televízia – V súčasnosti je televízia a rozhlas spojený do jednej inštitúcie Rozhlas a Televízia Slovenska (RTVS). Je to verejnoprávne médium. Súčasným riaditeľom je Václav Mika. Poslanie verejnoprávnej televízie je prispievať k právnemu a etickému vedomiu, environmentálnej zodpovednosti verejnosti, poskytnúť nestranné, overené, neskreslené, zrozumiteľné a aktuálne informácie o dianí na Slovensku a v zahraničí. Programová štruktúra televízie je spravodajská, publicistická, dokumentárna, dramatická, hudobná, športová, zábavná, vzdelávacia a iná.

Denník SME – Je to slovenský nezávislý denník, ktorý vychádza od roku 1993. Vydáva ho vydavateľstvo Petit Press a v súčasnosti patrí medzi najpredávanejšie na Slovensku. Jeho súčasným šéfredaktorom je Matúš Kostelný. Zameriava sa predovšetkým na spravodajstvo z domova a zo zahraničia.

Rádio VIVA – Toto rádio prestalo vysielat' 21. decembra 2013 na celom území Slovenska. V súčasnosti vysiela iba v okolí Bratislavy. Bolo to slovenské multiregionálne a súkromné rádio. Orientovalo sa na informácie z regiónov a na hudbu 60. až 90. rokov. Generálnym riaditeľom rádia je Martin Hoffman a vlastníkom Rádio VIVA, a.s.

Portál YouTube – Tento portál slúži ako internetová databáza filmov, väčšinou krátkych videí. YouTube bolo založené 14. februára 2005 zakladateľom Chadom Hueleyom. Súčasným vlastníkom je spoločnosť Google Inc. YouTube je najväčším svetovým systémom na zdieľanie filmových súborov na internete.

Denník New York Times – Sú to populárne americké noviny vydávané v New Yorku. Noviny vlastní spoločnosť The New York Times Company, spolu s ďalšími 15 novinami. Boli založené v roku 1851 Henrym Jarvisom Raymondom a Georgeom Jonesom.

Televízia ORF – ORF je rakúska verejnoprávna televízia. Je súčasťou spoločnosti Broadcasting Corporation, ktorá zastrešuje televízne kanály ORF1, ORF2, ORF3, ORF SPORT, ORF E a rozhlas. Táto spoločnosť je najväčšou mediálnou spoločnosťou v Rakúsku a je založená na základe verejného práva. Generálny riaditeľ je volený na dobu 5 rokov a je riaditeľom pre celú spoločnosť. Súčasným riaditeľom je Alexander Wrabetz. ORF ponúka 24 hodín denne informácie o kultúre, školstve, vede, náboženstve, športe, ďalej programy pre deti, zábavné a dokumentárne programy, filmy a seriály.

Televízia JOJ – Táto televízia je komerčná. Súčasným riaditeľom je Marcel Grega. Vlastníkom televízie je spoločnosť JOJ Media House, ktorá vlastní aj televíziu JOJ PLUS

a internetovú televíziu huste.tv. Programová štruktúra televízie JOJ je zložená prevažne z vlastných seriálov, publicistiky alebo zahraničných seriálov a reality šou.

Vyhľadávač Google – Tento vyhľadávač je produktom spoločnosti Google Inc. Tento vyhľadávač dokáže vyhľadať webové stránky, obrázky, spravodajské servery, videá a iné. Vyhľadávaný obsah taktiež archivuje. V roku 2004 Google dokázal vyhľadávať vo viac ako 6 miliardách položiek.

Spoločnosť DreamWorks Studio – Je to spoločnosť, ktorá produkuje a distribuuje filmy, videohry a televízne programy. Táto spoločnosť bola založená v roku 1994 trojicou ľudí a to Stevenom Spielbergom, Jeffreyom Katzenbergom a Davidom Geffom. Sídli v Kalifornii.

Televízia Disney Chanel – Je to televízna stanica zameraná na detského diváka. Vlastníkom je The Walt Disney Company. Televízia vysiela po celom svete. U nás začala vysielať v roku 2009. Programová štruktúra tejto televízie je v ranných hodinách pre najmenšie deti a neskôr pre staršie deti. Vysiela aj filmy z dielne Disney Channel Original Movies.

Televízia CNN – Je to káblová televízia prinášajúca spravodajstvo 24 hodín denne z celého sveta. CNN má veľké množstvo pobočiek po celom svete, ale hlavné sídlo televízie je v Atlante v New Yorku. Založená bola v roku 1980 Tedom Turnerom a Reesom Schonfeldom.

Denník Daily Mail – je britský denník založený v roku 1896. Vydavateľom je spoločnosť DMG Media a vlastníkom Daily Mail and General Trust. Určený je pre strednú vrstvu, pretože kombinuje nízku predajnú cenu s množstvom súťaží, cien a reklamných trikov.

Agentúra CAP – Je to tlačová agentúra vo vlastníctve britského novinára a poskytuje ázijské správy pre medzinárodnú tlač. Jej poslanie je rýchle, presné spoľahlivé a zaujímavé šírenie správ, obrázkov, videí a príbehov z Ázie. Sídlo má v Londýne a New Delhi v Indii.

Televízia BBC – Je to britská verejnoprávna televízia. Založená bola v roku 1922. Pod značku BBC patrí niekoľko televízií, či už dostupných iba vo Veľkej Británii, alebo na celom svete a niekoľko rozhlasových staníc. BBC vysiela aj v slovenskom jazyku, ale ukončené bolo v roku 2005. Súčasným riaditeľom spoločnosti BBC je Tony Hall.

Príloha B: Originálne titulné strany tlačенých médií

B1 – Bulvárne noviny





VEĽKÁ HRA PRE PREDPLATITEĽOV PRAVDY

Výhry v hodnote viac ako 29 000 € • Hlavná cena automobil Kia Cee'd strana 17

Pravda

**Dnes: Všetko o odchode do penzie
+ príklady výpočtu dôchodku**

Chystáte sa do penzie? • Aké doklady si treba pripraviť?

Príloha
Užitočná
Pravda

Skvělé čítanie
a relax na víkend

Sobota 25. januára 2014

Cena 0,55 € Predplatné 0,47 € XXIII / 20 www.pravda.sk

Politika porazila rozum, ľudia prišli o 25 miliónov eur

Branislav Tomaš
Bratislava

Bežní ľudia sa poskladajú pre politikárčenie opozičných poslancov na 25 miliónov eur. O túto sumu krajina prišla, keďže pravcovi ekonomickí poslanci z politických dôvodov nenašli spoločnú reč so Sme-

rom a nepodporili návrh na zmenu ústavného zákona o dlhovej brzde, aj keď novelu najskôr označili za „rozumnú“.

Rezort financií vopred varoval, že ak sa zákon nezmení, štát si v čase lacných úverov, ktoré boli napríklad koncom minulého roka, nebude môcť požívať rezervné zdroje.

Veľký 15-ročný úver za 1,5 miliardy eur si Slovensko napokon zobralo až teraz v januári. Aj keď úrok bol historicky najnižší na úrovni 3,6 percenta ročne, riaditeľ Agentúry pre riadenie dlhu a likvidity Daniel Bytčánek povedal, že ak by sme si požičali ešte v októbri, pri nižšom úroku by sme

na splátkach ušetrili najmenej 25 miliónov eur. Skoršiu pôžičku však neumožňovala dlhová brzda.

Návrh, aby sa rezervné zdroje nepočítali do dlhu, pravcových politikov Ivana Mikloša (SDKÚ), Richarda Sulíka (SaS) a Jozefa Kollára (NOVA, predtým SaS) najprv oslovil. Neskôr

si začali kladať každý svoje politické podmienky a po ich nespĺnení dlhovú brzdu zmeniť odmietli. K tomu, že daňovníci aj preto prišli len pri jednej pôžičke o 25 miliónov eur, včera Ivan Švejna z Mostu povedal, že je pri prípadnej zmene dlhovej brzdy „otvorený odbornej diskusii“.

Pokračovanie - s. 11

Dnes v čísle

Novinári dostali v parlamente refaz

Väčšie či menšie škandály takmer na každodennom poriadku, urážky, konflikty, dokonca už aj bitky, problémy s disciplínou. Taký je celý rok obraz parlamentu v očiach mnohých občanov. A asi to najposlednejšie, čo by verejnosť v súvislosti s parlamentom čakala, je, že bude riešiť obmedzovanie pohybu novinárov v snemovni. Také je totiž najnovšie rozhodnutie vedenia parlamentu.

strana 2

DPH klesnúť nemusi, štatistickí sú proti

Sľub vlády, že DPH klesne od januára 2015 zo súčasných 20 na 19 percent, sa nemusí naplniť. Má sa tak totiž stať až vtedy, keď deficit verejných financií za minulý rok bude pod hranicou troch percent výkonu ekonomiky. Vláda tvrdí, že sa jej to podarí.

strana 10

Vlna protestov sa šíri Ukrajinou



Násilné protivládne demonštrácie sa ako lavína z Kyjeva šíria na západ Ukrajiny. Rozšírili sa do Lvova, Rovna, Ternopyla, Ivano-Frankivska, Chmelnyckého, ale aj do Užhorodu. V Kyjeve vládlo v piatok na barikádach prímérie. Čítajte - s. 38

FOTO: UCRAP

Dobrá Pravda je priateľom životného prostredia.



Thermoremovatelný papier

04

9 771335 405068