

Temat: Czy tabloidy kreują rzeczywistość?

Czas realizacji: 1 godz.

Cele zajęć

■ Cel ogólny

Zdobycie wiedzy na temat organizacji tekstów w tabloidach, zjawiska tabloidyzacji oraz zdobycie umiejętności krytycznego analizowania przekazów medialnych pod kątem promowanych w nich wartości i wzorców zachowań

■ Cele szczegółowe

Uczeń:

- z zaangażowaniem bierze udział w dyskusji,
- zna pojęcia 'tabloid', 'tabloidyzacja';
- rozumie, w jaki sposób media mogą kreować rzeczywistość;
- wyrabia w sobie nawyk świadomego uczestnictwa w mediach oraz potrafi określić, z jakimi treściami się nie zgadza;
- pamięta o konieczności samodzielnej oceny treści przekazywanych w środkach masowego przekazu;
- rozumie, że media nie tylko służą rozrywce lub przekazywaniu informacji, ale również odgrywają rolę czynnika kształtującego postawy i wartości;
- przedstawia, na czym polega specyfika tekstów w tabloidach,
- gromadzi argumenty na określony temat,
- wymienia zasady organizacji tekstu dziennikarskiego,
- analizuje różne teksty i wskazuje cechy charakterystyczne przekazu medialnego w gazetach typu 'tabloid',
- poszukuje tematów będących źródłem tekstu dziennikarskiego.
- tworzy różne krótkie teksty informacyjne,
- sprawnie posługuje się poprawną odmianą polszczyzny pisanej i mówionej.

■ Metody i formy pracy:

- metody aktywizujące – asocjogram, burza mózgów, dyskusja,
- rozmowa kierowana,
- ćwiczenia redakcyjne,
- ćwiczenia z tekstami prasowymi (prasówka),
- praca z tekstem i materiałem audiowizualnym,
- praca z komputerem z dostępem do Internetu,
- indywidualna i grupowa praca analityczna i redakcyjna.

■ Środki dydaktyczne:

- Karta pracy: *Czy tabloidy kreują rzeczywistość?*
- Materiały dla nauczyciela do tematu: *Czy tabloidy kreują rzeczywistość?*
- „Po polsku. Literatura, język, komunikacja. Zeszyt ćwiczeń do gimnazjum.Kl.2.”, red. L.Adrabińska-Pacuta, A.Hącia, J.Malczewska, J.Olech, WSzPWN,
- fragmenty różnych tekstów prasowych,

Temat: Czy tabloidy kreują rzeczywistość?

- materiały audiowizualne dostępne w Internecie : np. „Potrzebujemy lepszych wiadomości” (<http://www.tvnstyle.pl/aktualnosci,1865,n/szulim-o-tabloidy-zacji-potrzebujemy-lzejszych-tresci,99279.html>),
- komputer z dostępem do Internetu, m.in. stron: *edukacja medialna.edu.pl*, *mammedia.pl*, *wikipedia*, *wyborcza.pl* i in.,
- komputer, tablica, arkusze papieru, flamastry.

■ Przebieg lekcji

1. Faza wstępna (5 min.)

- Nauczyciel prosi, by wybrani uczniowie, którzy w domu mieli się zapoznać z tekstem „*Jak zostać celebrytą w tydzień*” (na: http://wyborcza.pl/magazyn/1,132516,13845340,Jak_zostac_celebryta_w_tydzien.html) i wykonać zadania z karty pracy (zastanowić się, jaki jest mechanizm działania współczesnych mediów tzw. tabloidowych, plotkarskich i zapisać przepis „*Jak zostać celebrytą*”) podzielili się na forum efektami swojej pracy.

2. Faza realizacyjna

a) Jak media kreują celebrytów? / burza mózgów (10 min.)

- Nauczyciel prosi uczniów, by zastanowili się nad zagadnieniem: *Kto to jest celebryta? Kto może zostać celebrytą?* Propozycje uczniów nauczyciel zapisuje na tablicy (przykładowa definicja w *Materiałach dla nauczyciela*).
- Uczniowie zastanawiają się (burza mózgów), czy pojęcie ‘celebryta’ odnosi się tylko do osób będących pozytywnie odbieranymi przez opinię publiczną. Uczniowie podają przykłady osób, o których było ostatnio głośno, stały się celebrytami, a postrzegane są przez opinię publiczną w sposób negatywny (np. dzieciobójczyni Katarzyna W. okrzyknięta jako więzienna celebrytka, różni przestępcy itp.). Podsumowanie dyskusji stwierdzeniem, że pojęcie ‘celebryta’ nie oznacza osoby, która jest pozytywnym wzorem do naśladowania czy autorytetem, ale osobą, o której chętnie piszą media.
- Nauczyciel prosi, by uczniowie zastanowili się, dlaczego media zmieniają obiekty swego zainteresowania. Podają przykłady osób, które do niedawna stanowiły obiekt zainteresowania mediów, a teraz jest o nich cicho. Uczniowie dzielą się na forum swoimi spostrzeżeniami.

b) Czy tabloidy działają etycznie? / praca samodzielna (7 min.)

- Uczniowie po przeczytaniu tekstu w domu o kreowaniu celebrytów i po dyskusji o tym, kim jest celebryta zastanawiają się, jakie nieetyczne metody w swej pracy stosują dziennikarze tabloidów i swe spostrzeżenia zapisują. (*Karta pracy, zad.1.*) Po określonym czasie ochotnicy prezentują wyniki swojej pracy. Nauczyciel przy rozwiązaniu zad.5. z *Karty pracy* może polecić uczniom skorzystanie z *Karty Etycznej Mediów* (uczniowie sami szukają jej zapisów w Internecie lub dostają wydruk fragmentów od nauczyciela- fragment *Karty Etycznej Mediów* dostępny w *Materiałach dla nauczyciela*).

Temat: Czy tabloidy kreują rzeczywistość?

c) Być bohaterem mediów za wszelką cenę? (15min.)

- Nauczyciel poleca uczniom zapoznać się z informacją „A propos kompleksu Herostratesa” na str. 213 w: *Po polsku. Literatura, język, komunikacja. Zeszyt ćwiczeń do gimnazjum.Kl.2.*, red. L.Adrabińska-Pacuta, A.Hęcia, J.Malczewska, J.Olech, WSzPWN i podanie w przyniesionych materiałach prasowych tematów, o których można powiedzieć, że ich bohaterowie dążyli do medialnego rozgłosu za wszelką cenę. Uczniowie podają przykłady takich tematów/tekstów.
- Uczniowie realizują ćw. 13, str.211-212 (w: *„Po polsku....Kl.2.”*)- na podstawie felietonu o zabójcy Lennona odpowiadają na pytania, dlaczego takie osoby, jak zabójca Lennona stają się bohaterami informacji, jakie mogą być skutki dążenia do rozgłosu za wszelką cenę, jak należy rozumieć tytuł felietonu (*„Nuda skandalu”*). Po wyznaczonym czasie uczniowie prezentują efekty swej pracy.

3. Faza podsumowująca (8 min.)

- Nauczyciel prosi, by uczniowie dobrali się w pary i przygotowali po dwa argumenty i kontrargumenty do tematu: **„Tabloidy – powinny zniknąć z rynku prasy?”** i zapisali je (*Karta pracy, zad.2*). Uczniowie poszukując argumentów, mogą zajrzeć np. na stronę z wypowiedzią w obronie tabloidów, na: <http://www.tvnstyle.pl/aktualnosci,1865,n/szulim-o-tabloidy-zacji-potrzebujemy-lzejszych-tresci,99279.html>). Po upływie wyznaczonego czasu wybrany uczeń prezentuje efekt pracy w parach. Nauczyciel na podzielonej tablicy zapisuje argumenty przeciw działalności tabloidów i w ich obronie.

■ Ewaluacja/samodzielna praca uczniów

Przeczytaj tekst Dariusz Szczepańczyka pt. *„Tabloidyzyacja mediów, czyli dziennikarstwo na opak”* (na stronie Fundacji Nowe Media: <http://e-lekcje.org/nie-tedy-droga/tabloidyzyacja-mediow.html>) i napisz własną opinię (ok.120 słów) na temat opisanego w tekście problemu.

Temat: Czy tabloidy kreują rzeczywistość?

KARTA PRACY

1. Po przeanalizowaniu tekstu *Jak zostać celebrytą w tydzień* (który czytaliście w domu) wypisz, jakimi nieetycznymi mechanizmami posługują się twórcy tabloidów i mediów plotkarskich (zajrzyj do *Karty Etycznej Mediów* ☺)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. Sformułujcie po dwa argumenty na temat: „*Tabloidy – powinny zniknąć z rynku prasy?*”

a) argumenty

.....

.....

.....

.....

b) kontrargumenty

.....

.....

.....

.....

Temat: Czy tabloidy kreują rzeczywistość?

MATERIAŁY DLA NAUCZYCIELA

1. Przykładowa definicja pojęcia 'celebryta' (za : wikipedia)

Celebryt albo **celebryta**, rodz. żeński **celebrytka**, l.mn. **celebryci** (ang. *celebrity*, z łac. *celebrare*) – termin odnoszący się do osoby często występującej w środkach masowego przekazu i wzbudzającej ich zainteresowanie, bez względu na pełniony przez nią zawód (choć najczęściej są to aktorzy, piosenkarze, uczestnicy reality show, sportowcy czy dziennikarze). Zgodnie z definicją sformułowaną przez Daniela Boorstina w 1961 roku *celebryt to osoba, która jest znana z tego, że jest znana*. Słowo *celebryt* nie jest dokładnym synonimem gwiazdy, sławy, idola, autorytetu. Ze względu na możliwość szerokiego oddziaływania społecznego celebryci wykorzystywani są w działaniach reklamowych.

2. Wybrane zasady z Karty Etycznej Mediów (z 29.03.1995 r.) opracowanej przez Stowarzyszenie Dziennikarzy Polskich

1. **Zasada prawdy** – dokładanie wszelkich starań, by przekazywane informacje były zgodne z prawdą, sumiennie i bez zniekształceń relacjonowały fakty w ich właściwym kontekście, a w razie rozpowszechniania błędnej informacji dbałość o to, by niezwłocznie dokonano ich sprostowania.
2. **Zasada obiektywizmu** – przedstawianie rzeczywistości niezależnie od swoich poglądów, rzetelne relacjonowanie różnych punktów widzenia.
3. **Zasada oddzielania informacji od komentarza** – wypowiedź ma umożliwiać odbiorcy odróżnianie faktów od opinii i poglądów.
4. **Zasada uczciwości** – działanie w zgodzie z własnym sumieniem, nieuleganie wpływom, nieprzekupność, odmowa działania niezgodnego z przekonaniami.
5. **Zasada szacunku i tolerancji** – poszanowanie ludzkiej godności, praw, dóbr osobistych, a szczególnie prywatności i dobrego imienia.
6. **Zasada pierwszeństwa dobra odbiorcy** – podstawowe prawa czytelników, widzów i słuchaczy powinny być nadrzędne wobec redakcji, dziennikarzy, wydawców, producentów i nadawców.
7. **Zasada wolności i odpowiedzialności** – wolność mediów nakłada na nie odpowiedzialność za treść i formę przekazu oraz wynikające z tego konsekwencje.