

## Scenariusz 2

**Temat lekcji:** Tabloidy, czyli kto rzuca krew na pierwszą stronę?

**Autor:** Aleksandra Rzążewska / Stowarzyszenie Dziennikarzy i Dokumentalistów „Koncentrat”

**Grupa docelowa:** scenariusz jest przeznaczony dla osób pracujących z gimnazjalistami. Może być realizowany zarówno na lekcjach języka polskiego, jak i na zajęciach dodatkowych (np. przeznaczonych dla kółka dziennikarskiego, kółka polonistycznego czy na zajęciach bibliotecznych). Ćwiczenia z powodzeniem można wykorzystywać w pracy z licealistami i osobami dorosłymi (np. z seniorami).

**Cele lekcji:** zwiększenie wiedzy uczniów na temat rynku mediów w Polsce, przede wszystkim na temat specyfiki tabloidów, zapoznanie uczniów ze zjawiskiem tabloidyzacji mediów, dostarczenie impulsu do samodzielnej analizy różnych typów gazet, rozbudzenie krytycznej refleksji dotyczącej mediów drukowanych, rozwijanie umiejętności pracy w grupie – skutecznej komunikacji i współdziałania.

**Czas:** 1 godzina dydaktyczna.

**Formy pracy:** praca w grupach, miniwykład, burza mózgów, dyskusja;

**Środki dydaktyczne:** kilkanaście gazet z jednego dnia (tabloidy, a więc „Super Express” i „Fakt”, oraz dzienniki opinii – tytuły krajowe albo regionalne), duże kolorowe kartony (jeden karton na grupę 4 lub 5 osób), kolorowe karteczki samoprzylepne (typu post-it), kolorowe kartki formatu A4, długopisy, flamastry.

**Przebieg zajęć:**

### **Wprowadzenie (6 minut)**

Prowadzący, korzystając z tekstu „9 dowodów na to, że czytasz tabloid” oraz wywiadu z prof. Wiesławem Godzicem pt. „Czy to prima aprilis?” umieszczonych na stronie projektu Drodzy Czytelnicy ([www.drodzyczytelnicy.pl/poczytaj](http://www.drodzyczytelnicy.pl/poczytaj)), krótko wyjaśnia uczniom, czym są tabloidy i dlaczego to najpopularniejsze gazety codzienne w Polsce i na całym świecie. Następnie proponuje pierwsze ćwiczenie w podgrupach.

### **Ćwiczenie 1: Czy się różni tabloid od dziennika opinii? (15 minut)**

Każda grupa dostaje dwie gazety z danego dnia – jeden tabloid i jeden wybrany dziennik opinii. Zadaniem uczniów jest wynotowanie najważniejszych wydarzeń, jakie według tych tytułów miały miejsce poprzedniego dnia. Reprezentant każdej z grup krótko omawia efekty pracy.

**Podsumowanie ćwiczenia:** prowadzący podkreśla, że informacji należy szukać w dziennikach opinii, a rozrywki i treści lżejszych w tabloidach. Trzeba zwrócić uwagę na to, że niekiedy tabloidy i dzienniki opinii umieszczają na pierwszej stronie ten sam temat – brukowce stawiają przy tym na wątki sensacyjne i plotki, a dzienniki opinii koncentrują się na przekazaniu kompletnej informacji na dany temat.

### **Ćwiczenie 2: Emocje na pierwszej stronie (15 minut)**

Prowadzący dzieli grupę na podgrupy liczące 3-4 osoby. Każda grupa dostaje 2 tabloidy z tego samego dnia („Fakt” i „Super Express”). Zadaniem uczniów jest wypisanie wszystkich przymiotników, jakie pojawiają się w tytułach i leadach na pierwszej stronie. Następnie należy te przymiotniki pogrupować: jedna grupa to określenia neutralne, druga – określenia niosące emocje i oceny albo budzące je w czytelniku. Jedna osoba z każdej grupy prezentuje na forum wyniki pracy.

**Podsumowanie ćwiczenia:** nauczyciel zwraca uwagę na język, jakim posługują się tabloidy i jego ogromny wpływ na to, jak czytelnicy będą postrzegać otaczającą ich rzeczywistość. Podkreśla, że emocjonalny komponent przekazu ma za zadanie wzbudzenie zazdrości, oburzenia, chęci porównywania się itp. Jeśli grupa jest chętna do dalszej dyskusji, można ją przedłużyć, zastanawiając się wspólnie, dlaczego redaktorzy odpowiedzialni za pierwsze strony tabloidów decydują się na taką konstrukcję tytułów. Jeśli brak już czasu – nauczyciel wyjaśnia, że mocne, emocjonalnie nacechowane tytuły na pierwszej stronie gazety, przekładają się na wyższą sprzedaż.

### **Ćwiczenie 3: Jakie zdjęcia najlepiej sprzedają gazetę? (8 minut)**

Prowadzący mówi uczestnikom, że podobnie jak krzykliwe tytuły na pierwszej stronie, tak i zdjęcia, która na nią trafiają, mają ogromny wpływ na budzenie zainteresowania czytelników i sprzedaż gazety. Uczniowie pracują w parach – każda dwójka dostaje jeden egzemplarz tabloidu i ma się zastanowić, czym charakteryzują się zdjęcia, które zostały wykorzystane na czołówce gazety. Prowadzący prosi, by każda para na forum grupy jednym zdaniem podsumowała swoje spostrzeżenia.

**Podsumowanie ćwiczenia:** nauczyciel podkreśla szczególny charakter wykorzystywanych w tabloidach zdjęć, zwracając uwagę na fotomontaże, zdjęcia robione z ukrycia, zdjęcia nieostre, skadrowane w taki sposób, by ośmieszyć znajdujące się na nich osoby, zbliżenia na kompromitujące szczegóły itd.

### **Podsumowanie lekcji (3 minuty)**

Prowadzący podkreśla, jaką wiedzę uczniowie zdobyli podczas lekcji i zachęca do krytycznego przyglądania się językowi, jakim poszczególne gazety codziennie dostarczają nam informacji. Osobom szczególnie zainteresowanym tą tematyką poleca artykuł autorstwa Marka Rybarczyka „Jak brytyjskie tabloidy polują na celebrytów”, który ukazał się w tygodniku „Newsweek”

(<http://swiat.newsweek.pl/jak-brytyjskie-tabloidy-poluja-na-celebrytow,41856,1,1.html>).

Poleca również wywiad na temat języka mediów umieszczony na stronie projektu „Drozdzy Czytelnicy” ([www.drozdzyczytelnicy.pl/poczytaj/laura-polkowska](http://www.drozdzyczytelnicy.pl/poczytaj/laura-polkowska)) oraz tekst „Jak z okładki”

([www.drozdzyczytelnicy.pl/poczytaj/jak-z-okladki](http://www.drozdzyczytelnicy.pl/poczytaj/jak-z-okladki)).

Scenariusz udostępniony na licencji CC BY-SA 3.0 - <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/legalcode>