



Hipertekst i blog

- Wprowadzenie
- Przeczytaj
- Prezentacja multimedialna
- Sprawdź się
- Dla nauczyciela

Bibliografia:

- Źródło: *Feminytywy w natarciu*, „Językowe espresso – blog o języku polskim i tłumaczeniach”, dostępny w internecie: <https://jezykoweespresso.intopolish.pl/feminytywy-w-natarciu/> [dostęp 24.08.2021 r.].
- Źródło: Julian Ejsmond, *Mądry i głupi*.
- Źródło: Katarzyna Tusk, *W czym tkwi klucz do wnętrza miłego w użytkowaniu. I czy bałagan właśnie stał się modny? A czy może być ładny?*, „Make life easier”, dostępny w internecie: <https://makelifeeasier.pl/author/kasia/> [dostęp 24.06.2021 r.].



Rozwój technologii informacyjnej spowodował, że pod koniec XX w. pojawiły się nowe formy społecznego przekazu. Współcześnie jednym z najpowszechniejszych narzędzi wymiany myśli jest internet. Prezentowane w nim wypowiedzi coraz częściej przybierają postać hipertekstów. Ta nowa sytuacja komunikacyjna różni się od tradycyjnej, gdyż nie zakłada wyraźnych granic pomiędzy rolą nadawcy a odbiorcy informacji. Zaciera się też podział między rzeczywistością a określanym jako wirtualny światem wykreowanym w medium elektronicznym. W XXI w. technologia silnie wpływa na relacje międzyludzkie, funkcjonowanie społeczeństwa, przepływ informacji, kulturę, doświadczenia estetyczne.

Twoje cele

- Opiszysz cechy tekstu medialnego.
- Wskażesz środki językowe wpływające na atrakcyjność i perswazyjność przekazu.
- Poznasz cechy gatunkowe bloga internetowego oraz różnicę między perswazją a manipulacją językową.
- Porównasz tekst wybranego bloga z tekstem klasycznego dziennika linearnego.
- Rozpoznaś różnice między tekstem linearnym a nielinearnym.
- Zdefiniujesz pojęcia hipertekstu, perswazji i manipulacji językowej.

Przeczytaj

Kultura audiowizualna

W drugiej połowie XX w. rozwinęła się kultura audiowizualna. Obok filmu ważną rolę zaczęła odgrywać telewizja. Na przełomie XX i XXI w. doszło do ekspansji kolejnego medium – Internetu – oraz wszelkich form przekazu związanych z komputerem. Media te podjęły grę z **konwencją** i rzeczywistością. Z jednej strony zaczęły podkreślać sztuczność kreowanego świata, zabawę formami i motywami fabularnymi, z drugiej – zamazały granicę między sztuką a światem realnym. Dotyczy to przede wszystkim telewizji i internetu, które w odbiorze bywają traktowane jako neutralne i przezroczyste media przekazujące obiektywną informację, chociaż deformują obraz świata i wpływają na rzeczywistość przez oddziaływanie na widza.



Blog rodzaj strony internetowej zawierającej odrębne, uporządkowane chronologicznie wpisy. Blog najczęściej ma charakter osobisty, jest formą internetowego dziennika. Może zawierać fotografie, filmiki wideo, nagrania audio, odsyłacze do innych stron internetowych, w tym do innych blogów.
Źródło: domena publiczna.

Proponowane filmy

Na temat wpływu rzeczywistości wirtualnej na człowieka powstało wiele filmów zarówno polskich, jak i zagranicznych. Należą do nich m.in.:

1. *Poszukiwacze zaginionej arki*, reż. Steven Spielberg (1981),
2. *Seksmisja*, reż. Juliusz Machulski (1983),
3. *Zelig*, reż. Woody Allen (1984),
4. *Purpurowa róża z Kairu*, reż. Woody Allen (1985),
5. *Pulp fiction*, reż. Quentin Tarantino (1994),
6. *Truman Show*, reż. Peter Weir (1998),
7. *Matrix*, reż. Andy i Lana Wachowski (1999),
8. *33 sceny z życia*, reż. Małgorzata Szumowska (2008),
9. *Tatarak*, reż. Andrzej Wajda (2009),
10. *Sala samobójców*, reż. Jan Komasa (2011).

Czym jest hipertekst?

Hipertekst to wypowiedź nieciągła, nielinearna, stanowiąca system powiązanych segmentów tekstowych ([leksji](#)) łączonych dowolnie przez odbiorcę. Poszczególne segmenty tekstowe połączone są hiperłączami, czyli odnośnikami (linkami) będącymi częścią hipertekstu. Nie ma jednej, założonej z góry kolejności czytania poszczególnych leksji – przechodzenie od jednej do drugiej zależy wyłącznie od odbiorcy, który nie tylko sam decyduje o kolejności czytania, lecz także może niektóre segmenty hipertekstu pomijać. Aktywność, współuczestnictwo w tworzeniu tego typu przekazu są dodatkowo wzmocnione przez to, że odbiorca może dodawać swoje komentarze, a więc staje się współtwórcą wypowiedzi. Najbardziej znanym systemem hipertekstowym jest sieć WWW. Przykładem hipertekstu może być blog. Powstają również powieści hipertekstowe. Ich prototypem są znane z tradycji teksty o niejednolitej, skomplikowanej strukturze, wśród nich – sylwy (w dawnej Polsce: książki zawierające zbiór wiadomości dotyczących różnych zdarzeń i ludzi oraz spraw domowych, spisywane w domach szlacheckich lub książęcych przez wiele pokoleń).

Nadawca hipertekstu

Nadawca hipertekstu, aby tworzyć czytelne komunikaty, musi znać nie tylko zasady tworzenia tekstu w języku polskim, ale także – środowisko, w którym będzie funkcjonował jego artykuł, a więc świat mediów wirtualnych, i obowiązujące w nim zasady. Zakłada się, że powinien:

- znać technologię tworzenia tego typu tekstu;
- wiedzieć, jaki jest cel jego wypowiedzi (co chce przekazać, komu, po co);
- podporządkować formę celowi wypowiedzi, czyli wprowadzić tyle informacji, ile jest potrzebne (niebezpieczny może być nadmiar); trzeba pamiętać, że informację niesie każda [leksja](#), a więc wpis, fotografia, filmik, nagranie, grafika, link, komentarz itd.;
- pamiętać o [netykietce](#), czyli sposobach zachowania się w internecie (koniecznie trzeba zapoznać się z zasadami netykiety).

Odbiorca hipertekstu

Chcąc scharakteryzować odbiorcę hipertekstu, można wskazać następujące cechy:

- dowolnie łączy poszczególne leksje we własny ciąg, który w jego świadomości staje się całością mającą cechy tekstu linearnego;
- odczytuje znaczenia z poszczególnych leksji, ale po ich połączeniu wydobywa nadrzędny sens z całego hipertekstu;
- ma świadomość, że jego lektura jest jedną z możliwych i nigdy nie jest zakończona;
- jest współautorem hipertekstu, gdyż za każdym razem nadaje mu nową, własną strukturę;

- jest też współautorem hipertekstu, bo ma prawo dołączyć do niego komentarz, a niekiedy ma również możliwość ingerowania w kształt hipertekstu.

Charakterystyka tekstu medialnego

Główną cechą przekazów medialnych jest informacyjność – teksty publikowane w mediach co do zasady są nastawione na przekazywanie informacji. Jednak dobrze napisany tekst medialny wyróżniają również atrakcyjność i **perswazyjność**. Jednym z najważniejszych zadań tekstu jest przyciągnięcie uwagi odbiorcy i przekonanie go do wizji świata prezentowanej przez autora. Funkcji tej podporządkowane zostają odpowiednie środki językowe oraz wizualne. Pomiedzy redakcjami mediów masowych toczy się nieustanna walka o zainteresowanie odbiorcy. Biorąc pod uwagę liczbę istniejących stron internetowych, blogów, kanałów telewizyjnych, czasopism i gazet – konkurencja na tym rynku jest naprawdę duża. Ci, którym się nie udaje przyciągnąć stałych czytelników bądź widzów, zazwyczaj po prostu plajtują, a wydawane przez nich serwisy przestają istnieć. Ponieważ żyjemy w czasach kultury wizualnej, komunikat, aby był atrakcyjny dla odbiorcy, musi się wyróżniać nie tylko treścią, ale i formą. W tym celu stosowane są różne środki językowe spełniające określone funkcje.

Środek językowy	Funkcja
Apostrofa	Nawiązanie kontaktu z odbiorcą w celu zdobycia jego zainteresowania i zaufania. Zachęcenie go do zapoznania się z tekstem.
Pytania retoryczne	Przyciągnięcie uwagi odbiorcy oraz zwrócenie jej na prezentowaną kwestię, zachęcenie do refleksji i przeczytania dalszej części artykułu.
Powtórzenia	Wyeksponowanie najważniejszych dla prezentowanego przekazu kwestii.
Sentencje	Urozmaicenie stylu wypowiedzi, zwiększenie obrazowości – uplastycznienie komunikatu, podniesienie wiarygodności prezentowanych treści.
Czasowniki i zaimki w 1 os. l. mn.	Nawiązanie kontaktu z odbiorcą i zbudowanie wspólnoty myśli poprzez zastosowanie formy „my”. Dzięki temu odbiorca mocniej identyfikuje się z treścią komunikatu.
Czasowniki i zain w 2 os. l. poj. lub mn.	Zachęcenie odbiorcy do wykonania określonego działania lub przyjęcia danych poglądów.
Anegdoty	Zwiększenie atrakcyjności tekstu.

Frazeologizmy (niekiedy przetworzone)	Uplastycznienie treści (większa obrazowość), a także jej uwiarygodnienie i uatrakcyjnienie.
Emocjonalna argumentacja	Wpływanie na uczucia odbiorców.

Uwaga na manipulację!

W walce o zainteresowanie odbiorcy prezentowanym komunikatem nie wszystkie media poprzestają na perswazji. Niektórzy wydawcy stosują o wiele bardziej szkodliwy zabieg – [manipulację językową](#), której celem jest osiągnięcie zamierzonego celu poprzez umiejętne wywieranie wpływu na odbiorcę. Zabieg ten możemy odnaleźć przede wszystkim w reklamie i polityce, ale nie tylko. Popularnymi narzędziami manipulacji językowej są chwyt [erystyczne](#).

Popularne chwyt erystyczne	Przykłady
Nieuzasadnione uogólnienie	Każdy Polak jest kibicem piłki nożnej.
Odwołanie się do autorytetu bez przytoczenia argumentacji	Skoro powiedział tak profesor, to możemy mu zaufać.
Fałszywe łańcuchy przyczynowo-skutkowe	Jeśli odczuwasz zniechęcenie, to na pewno masz depresję.
Rzekome (choć w rzeczywistości niepewne, niewiadome) negatywne konsekwencje czegoś	Jeżeli wszyscy się nie zaszczepimy, to nasze społeczeństwo wymrze.
Argumenty ad personam (osobiste, odnoszące się do opinii innej osoby)	Ktoś, kto nie ma medycznego wykształcenia, nie powinien się wypowiadać w tej sprawie.

Mając świadomość, że media nieustannie zabiegają o nasze zainteresowanie, ponieważ to ono umożliwia im istnienie, jak również zarabianie pieniędzy, warto pamiętać, że wcale nie muszą one prezentować prawdy o świecie i z dystansem podchodzić do treści publikowanych przez środki masowego przekazu. Aby wyrobić sobie własne zdanie w danej sprawie, należy poznać różne punkty widzenia, a przede wszystkim – opierać się na faktach, a nie na prezentowanym [językowym obrazy świata](#). Ale uwaga! Faktami też można manipulować, dlatego ostrożność i kierowanie się zdrowym rozsądkiem są bardzo istotne przy przyswajaniu różnego rodzaju informacji płynących do nas z różnych kanałów. Na szczęście – przy wszystkich zagrożeniach, które na nas czyhają w sieci – internet to również ogromne i nieograniczone źródło wiedzy, umożliwiające weryfikację wiadomości. Dzięki niemu możemy m.in. łatwo i szybko dotrzeć do artykułów naukowych, praktycznie

z każdej dziedziny, prezentujących wyniki badań. Podsumowując: warto korzystać z internetu, ale należy to czynić z głową.

Stosunek rzeczywistości opisywanej w mediach do prawdy jest tematem jednej z bajek Juliana Ejsmonda, polskiego poety, tłumacza i bajkopisarza, żyjącego w latach 1892–1930, który w bardzo krytyczny i satyryczny sposób odniósł się do ówczesnej prasy:

((Julian Ejsmond

Mądry i głupi

„Pytał głupi mądrego, na co rozum zda się?

„Na to, aby nie wierzyć żadnym wieściom w prasie
i aby jednocześnie zgarnąć grosza masy
za wiadomości owe, dawane do prasy”.

Źródło: Julian Ejsmond, *Mądry i głupi*.

Słownik

anegdota

(gr. *anékdota* – niewydany, nieogłoszony) – krótkie, zabawne opowiadanie, żart

erystyka

(gr. *eristikós* – kłótniwy) – sztuka prowadzenia sporów rozwinięta w antycznej Grecji

językowy obraz świata (JOS)

„potoczna interpretacja rzeczywistości z punktu widzenia przeciętnego użytkownika języka, oddaje jego mentalność, odpowiada jego punktowi widzenia i jego potrzebom”
(Jerzy Bartmiński, *Językowe podstawy obrazu świata*, Lublin 2006, s. 14)

konwencja

(łac. *conventio*) umowność; wszelka umowa normująca jakieś sprawy, np. sposoby zachowania się w danym środowisku; zespół cech charakterystycznych dla dzieł artystycznych przyjęty przez twórcę

leksja

najmniejsza częśćka hipertekstu, niezależna od innych jego fragmentów.

manipulacja językowa

(łac. *manipulus* – garść) – naginanie lub przeinaczanie faktów bądź okoliczności na poziomie językowym, mające na celu udowodnienie racji nadawcy lub wpływanie na poglądy i zachowania odbiorcy

netykieta

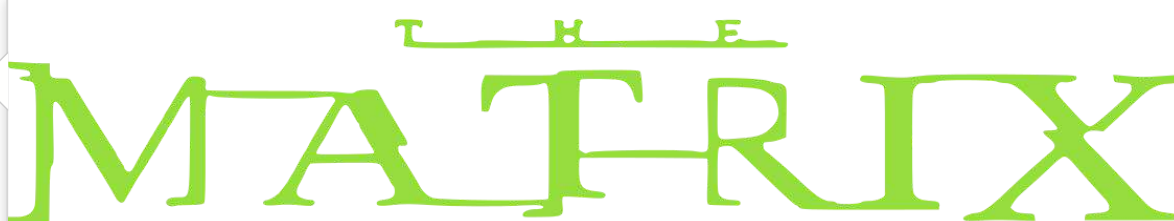
(połączenie wyrazów: *net* [ang. sieć] i etykieta) – zapis zasad zachowania się w internecie

perswazja

(łac. *persuasio* – namawiać, zachęcać) – przekonywanie, nakłanianie odbiorcy do zrobienia czegoś lub też odradzanie czegoś poprzez przytoczenie argumentów; perswadowanie

sentencja

(łac. *sententia* – mniemanie, sąd) – zwarte zdanie wyrażające jakąś myśl filozoficzną lub moralną; aforyzm, maksyma



Logo filmu *Matrix*.
CC BY-SA 4.0

Trwa wczytywanie danych...

Matrix, reż. Andy i Lana Wachowski (1999). Fantastyczno-naukowa opowieść o świecie przyszłości, w którym technologia obejmuje władzę nad człowiekiem. Zatarte zostają granice między rzeczywistością a wykreowanym światem wirtualnym, człowiek znajduje się w przestrzeni symulowanej – tytułowy Matrix został wygenerowany komputerowo. Zostaje postawione pytanie: czy jako ludzie godzimy się, by żyć w złudzeniu?



Wystawa fotograficzna w Grudziądzu poświęcona realizacji filmu
CC BY-SA 4.0

Trwa wczytywanie danych...

Tatarak, reż. Andrzej Wajda (2009). Ekranizacja opowiadania Jarosława Iwaszkiewicza. Akcja toczy się w latach 50. XX w. Niemłoda kobieta (w tej roli Krystyna Janda), która w powstaniu warszawskim straciła dwóch synów, przeżywa nagłą erotyczną fascynację dwudziestoletnim chłopakiem (Paweł Szajda). Jej uczucie zostaje jednak gwałtownie przerwane, bo chłopak tonie. Akcję uzupełniają dwa dodatkowe wątki. Film opowiada również o... tworzeniu filmu, a równocześnie o osobistym doświadczeniu grającej główną rolę Krystyny Jandy, która mówi o śmierci męża. Przenikają się fikcja i rzeczywistość, kreacja artystyczna i autentyzm.

SALA SAMOBÓJCÓW

Logo filmu *Sala samobójców*.
domena publiczna

Trwa wczytywanie danych...

Sala samobójców, reż. Jan Komasa (2011). Wrażliwy chłopak (w tej roli Jakub Gierszał), uczeń klasy maturalnej ma problemy emocjonalne, z którymi nie potrafi sobie poradzić. Ratunku szuka w internecie, gdzie spotyka tajemniczą dziewczynę. Ta wprowadza go w wirtualny świat, do tzw. „sali samobójców”, gdzie spotykają się ludzie zafascynowani śmiercią. Zatarcie granicy między tym, co wykreowane w przestrzeni komputerowej, a rzeczywistością prowadzi do tragedii.

Polecenie 1

Obejrzyj jeden z proponowanych filmów i wyjaśnij, na czym polegają różnice oraz podobieństwa między konwencją artystyczną a rzeczywistością w wybranym filmie.

Polecenie 2

W jakich kwestiach w obejrzanym dziele można dostrzec prawdę, a w jakich – świadomie wprowadzoną sztuczność?

Polecenie 3

Zaproponuj własną interpretację filmu. Przedstaw ją koleżankom i kolegom. Przeprowadźcie dyskusję, w której podacie argumenty uzasadniające wasze interpretacje i uważnie wysłuchacie odmiennych opinii.

Polecenie 4

Odpowiedz na pytanie, jak media i konwencje audiowizualne wpływają na odbiór sztuki i rzeczywistości?

Polecenie 5

Napisz, na czym polega manipulacja medialna? Podaj kilka przykładów.

Polecenie 6

Wyjaśnij, dlaczego widz powinien znać język mediów i mieć świadomość konwencji, którymi one się posługują.

Polecenie 7

Omów korzyści, jakie można czerpać z kultury audiowizualnej oraz zagrożenia, które ona niesie.

Sprawdź się

Pokaż ćwiczenia:   

Ćwiczenie 1



Zapoznaj się z poniższymi sformułowaniami. Zaznacz, które z nich są prawdziwe, a które fałszywe.

Zdanie	Prawda	Fałsz
Internet to nieograniczone źródło wiedzy, jednak niewolne od zagrożeń.	☐	☐
Środki masowego przekazu stanowią rzetelne źródło informacji.	☐	☐
Odbiorca hipertekstu jest jednocześnie współautorem tego typu wypowiedzi.	☐	☐
Netykieta to zasady zachowania się w Internecie.	☐	☐
Twórcy internetowi nie muszą przestrzegać żadnych zasad.	☐	☐
Perswazja w komunikacie językowym opiera się na argumentacji.	☐	☐
Manipulacja językowa to przeinaczanie faktów dla swoich celów.	☐	☐
Media audiowizualne podejmują grę z konwencją i rzeczywistością.	☐	☐

Ćwiczenie 2





Na podstawie przytoczonego fragmentu artykułu, opublikowanego na blogu „Językowe espresso – blog o języku polskim i tłumaczeniach”, uzupełnij brakujące elementy w tabeli. Odwołaj się do wiadomości z lekcji.

Środek językowy	Przykład	Funkcja
		Zwrócenie uwagi odbiorcy na dany problem, zachęcenie go do refleksji na ten temat i przeczytania dalszej części artykułu.
frazeologizm		
	„zastanówmy się”, „unikamy”, „dołączamy”, „nie odmieniamy”, „nas”	
anegdota		

“ *Feminatywy w natarciu, „Językowe espresso – blog o języku polskim i tłumaczeniach”* ”

Z feminatywami jest trochę jak z jedzeniem foie gras – budzą skrajne emocje i trudno zachować wobec nich obojętność. Jedni chcieliby je usunąć z polszczyzny, inni zaciekle walczą o to, by takich form pojawiało się coraz więcej. Argument „za” jest najczęściej powiązany z równouprawnieniem. Mimo to użytkownicy języka polskiego często unikają takich form, wcale nie wysuwając jako kontrargumentu tego, że w równouprawnieniu jest cokolwiek złego. Dlaczego więc unikamy feminatywów?

Feminatywy to żeńskie warianty nazw wykonawców czynności oraz osobowych nazw charakterystycznych, utworzone od rzeczowników rodzaju męskiego.

[...]

Zwykle instynktownie unikamy trudności, także językowych. Nie każdy chce się więc mierzyć z formami typu *architektka*, *adiunktka* czy *pediatrka*, bo ich wymowa najzwyczajniej w świecie sprawia problem. Trudność fonetyczna pociąga za sobą kolejny dylemat. Forma brzmi nienaturalnie, co może budzić też wątpliwości, czy aby na pewno jest poprawna.

Bardziej wnikliwi użytkownicy języka polskiego na pewno zauważyli, że tworząc niektóre feminatywy, duplikujemy formy już zadomowione w słowniku, ale znaczące coś zupełnie innego, niż akurat mogliśmy mieć na myśli. Oto kilka przykładów:

- *Pilotka* – kobieta pilot lub rodzaj kurtki
- *Kolejarka* – kobieta kolejarz lub rodzaj czapki
- *Marynarka* – kobieta marynarz lub górna część garnituru
- *Inżynierka* – kobieta inżynier lub studia na kierunku inżynieria
- *Premiera* – kobieta premier lub pierwszy publiczny pokaz sztuki, filmu itp.

W tym przypadku sprawa jest chyba oczywista, bo nikt nie lubi być wprowadzany w błąd i z reguły unikamy nieporozumień (też językowych). Poza tym używanie takich form uderza w zasadę ekonomii w języku.

A teraz nadszedł czas na operacje umysłowe wyższego rzędu. Zastanówmy się: stosowanie nazw żeńskich wynika z chęci

wprowadzenia równouprawnienia także na poziomie językowym. W tym momencie można już odczuć pewnego rodzaju społeczny nacisk. Formy żeńskie nazw zawodów to poniekąd oznaka prestiżu, ale co w sytuacji, gdy względy fonetyczne kłócą się z tą ideą? Mam na myśli takie formy, jak: *dyrektorka, prezeska, profesorka, senatorka, premierka, ministerka*. Niestety brzmią dość potocznie, co może mieć znaczenie w budowaniu autorytetu.

[...]

Czy za niechęcią do używania form żeńskich stoi więc fonetyka? Często tak, ale opory stawia też zdrowy rozsądek, bo przecież każdy chce unikać wieloznaczności i nieporozumień powodowanych przez swój tekst, a już na pewno nikt nie ma zamiaru narażać się na śmieszność.

Jak zatem rozwiązać ten problem? Na podstawie językowych obserwacji można prognozować, że tendencja do używania feminatywów będzie coraz wyższa. Jeśli natomiast mamy jakieś zahamowania czy wątpliwości wobec tego typu form, z pomocą przychodzi nam gramatyka, ponieważ są 2 sposoby stosowania nazw żeńskich – oba w każdym przypadku poprawne:

1. Dołączamy rzeczownik *pani* do nazwy zawodu – *pani psycholog, pani architekt*.
2. Po prostu nie odmieniamy rzeczownika w rodzaju męskim np. *Rozmawiałem wczoraj z dobrą dermatolog, która udzieliła mi porady*.

Do kwestii feminatywów warto więc podejść zdroworozsądkowo – możemy ich używać zawsze, w ogóle lub w określonych sytuacjach, w których czujemy się pewnie pod względem językowym. Wybór należy do nas.

Ćwiczenie 4



Sformułuj komentarz, który mógłby się ukazać pod przytoczonym w ćwiczeniu 3 fragmentem tekstu. Odnies się do treści poruszanych w tekście, np. do podziału obowiązków domowych.

Ćwiczenie 5



Przyjrzyj się ilustracji i odpowiedz pisemnie, w jaki sposób można ją odnieść do problemu ukazywania rzeczywistości przez środki masowego przekazu. Zwróć uwagę na symboliczny wymiar dołączonej grafiki.



Źródło: Nicholas Moreau, Wikimedia Commons, licencja: CC BY-SA 3.0.

Ćwiczenie 6



Omów swoje odczucia jako odbiorcy podczas lektury tekstu linearnego (czyli wypowiedzi sformułowanej jako spójny ciąg zdań) w klasycznym dzienniku i hipertekstu. Co się zmienia w akcie odbioru hipertekstu? Odwołaj się do osobistych przeżyć i doświadczeń.

Ćwiczenie 7



Odpowiedz na pytanie, jaką rolę w blogu odgrywa tekst linearny, a jaką elementy wizualne i multimedialne oraz komentarze czytelników?

Ćwiczenie 8



Wybierz jeden artykuł na dowolnym blogu i przeanalizuj przekaz, który w nim odczytujesz. Weź pod uwagę możliwie dużo elementów składających się na ten tekst. W jakiej kolejności je odczytujesz? Dlaczego?

Praca domowa

Stwórz własny blog o interesującej cię tematyce. Weź pod uwagę zasady, które powinny przyświecać autorowi tego typu wypowiedzi.

Dla nauczyciela

Autor: Anna Grabarczyk

Przedmiot: Język polski

Temat: Hipertekst i blog

Grupa docelowa:

Szkoła ponadpodstawowa, liceum ogólnokształcące, technikum, zakres podstawowy

Podstawa programowa:

Zakres podstawowy

Treści nauczania – wymagania szczegółowe

I. Kształcenie literackie i kulturowe.

2. Odbiór tekstów kultury. Uczeń:

6) odczytuje pozaliterackie teksty kultury, stosując kod właściwy w danej dziedzinie sztuki;

II. Kształcenie językowe.

3. Komunikacja językowa i kultura języka. Uczeń:

10) charakteryzuje zmiany w komunikacji językowej związane z rozwojem jej form (np. komunikacji internetowej).

III. Tworzenie wypowiedzi.

1. Elementy retoryki. Uczeń:

1) formułuje tezy i argumenty w wypowiedzi ustnej i pisemnej przy użyciu odpowiednich konstrukcji składniowych;

2. Mówienie i pisanie. Uczeń:

4) zgodnie z normami formułuje pytania, odpowiedzi, oceny, redaguje informacje, uzasadnienia, komentarze, głos w dyskusji;

IV. Samokształcenie.

1. rozwija umiejętność pracy samodzielnej między innymi przez przygotowanie różnorodnych form prezentacji własnego stanowiska;

2. porządkuje informacje w problemowe całości poprzez ich wartościowanie; syntetyzuje poznawane treści wokół problemu, tematu, zagadnienia oraz wykorzystuje je w swoich wypowiedziach;

9. wykorzystuje multimedialne źródła informacji oraz dokonuje ich krytycznej oceny;

11. korzysta z zasobów multimedialnych, np. z: bibliotek, słowników on-line, wydawnictw e-book, autorskich stron internetowych; dokonuje wyboru źródeł internetowych, uwzględniając kryterium poprawności rzeczowej oraz krytycznie ocenia ich zawartość;

13. zna pojęcie hipertekstu; rozpoznaje jego realizacje internetowe oraz pozainternetowe; określa ich funkcje w komunikacji, umiejętnie z nich korzysta w gromadzeniu informacji.

Kształtowane kompetencje kluczowe:

- kompetencje w zakresie wielojęzyczności;
- kompetencje cyfrowe;
- kompetencje osobiste, społeczne i w zakresie umiejętności uczenia się;
- kompetencje obywatelskie;
- kompetencje w zakresie świadomości i ekspresji kulturalnej;
- kompetencje w zakresie rozumienia i tworzenia informacji.

Cele operacyjne. Uczeń:

- redaguje wypowiedź pisemną na temat obejrzanych blogów;
- bierze udział w dyskusji na temat tego, dlaczego i w jakim celu ludzie prowadzą blogi;
- omawia korzyści płynące z umieszczania w tekstach hiperlinków;
- wyjaśnia różnice między tekstem medialnym a literackim;
- przygotowuje prezentację na temat: Podróż po europejskich stolicach – co warto zobaczyć.

Strategie nauczania:

- konstruktywizm;
- konektywizm.

Metody i techniki nauczania:

- ćwiczeń przedmiotowych;
- z użyciem komputera;
- dyskusja;
- prezentacja.

Formy pracy:

- praca indywidualna;
- praca w parach;
- praca w grupach;
- praca całego zespołu klasowego.

Środki dydaktyczne:

- komputery z głośnikami, słuchawkami i dostępem do internetu;
- zasoby multimedialne zawarte w e-materiale;
- tablica interaktywna/tablica, pisak/kreda.

Przebieg lekcji

Przed lekcją:

1. Zapoznaj się z wybranymi blogami podróżniczymi, np. www.busemprzezswiat.pl, ruszajwdroge.pl, www.znajkraj.pl. Przygotuj pisemną wypowiedź uwzględniającą:
 - wyjaśnienie pojęcia blog,
 - tematykę blogów,
 - elementy, które najbardziej cię zaintrygowały.

Faza wprowadzająca:

1. Nauczyciel prosi chętnych uczniów o prezentację prac wykonanych w domu. Rozpoczyna również dyskusję na temat tego, dlaczego i w jakim celu ludzie prowadzą blogi.
2. Uczniowie zapoznają się z treścią sekcji „Wprowadzenie” oraz „Przeczytaj”. Następnie odpowiadają na pytania:
 - Jakie są korzyści z umieszczania hiperlinków w tekstach?
 - W jaki sposób hiperłącza ułatwiają dostęp do informacji?
 - Czym różni się pozyskiwanie informacji hipertekstowych od korzystania z tradycyjnych encyklopedii i słowników?
 - Czym różni się tekst medialny od literackiego?

Faza realizacyjna:

1. Uczniowie przechodzą do sekcji „Prezentacja multimedialna” i wykonują w parach polecenia 4-7. Wybrane osoby prezentują odpowiedzi, a nauczyciel ocenia.
2. Klasa zostaje podzielona na 4 zespoły. Każda grupa opracowuje ten sam temat: Podróż po europejskich stolicach – co warto zobaczyć. Istotą zadania jest opis tego, co warto zwiedzić połączony z hiperlinkami. Dlatego każda grupa musi mieć podczas lekcji dostęp do komputera i internetu.
Po zakończeniu pracy przedstawiciele grup prezentują efekty swoich działań. Nauczyciel zadaje pytanie: Czy zespoły opracowujące to samo zadanie przygotowały identyczne teksty? Czy hiperłącza zostały ułożone w ten sam sposób?
Celem zadania jest uświadomienie, że hiperteksty mogą zostać skonstruowane na wiele różnych sposobów. Ich podstawowym celem jest umożliwienie odbiorcom elastycznego pozyskiwania wiedzy.

Faza podsumowująca:

1. Uczniowie przechodzą do sekcji „Sprawdź się” i wykonują ćwiczenia wskazane przez nauczyciela. Wybrane osoby prezentują odpowiedzi, nauczyciel ocenia.

Praca domowa:

1. Uczniowie wykonują polecenia 1-3 z sekcji „Prezentacja multimedialna”.

Materiały pomocnicze:

- Filiciak Mirosław, Tarkowski Alek, *Alfabet nowej kultury: H jak hipertekst* [online], [dostęp: 16.09.2012], Dostępny w Internecie: <http://www.dwutygodnik.com/arttykul/323>.
- Pisarski Mariusz, *Hipertekst – punkt węzłowy* [online], [dostęp: 31.12.2012], Dostępny w Internecie: <http://www.techsty.art.pl/hipertekst.htm>.

Wskazówki metodyczne

- Uczniowie mogą przed lekcją zapoznać się z multimedium z sekcji „Prezentacja multimedialna”, aby aktywnie uczestniczyć w zajęciach i pogłębiać swoją wiedzę.