



# Szkolna gazetka ekonomiczna

Warsztaty dla nauczycieli

Opracowanie:

ANDRZEJ OPALA

MICHAŁ ZAWADZKI



# Podstawowe założenia warsztatów

- **Cel główny:**  
Zwycięstwo naszego projektu gazety ekonomicznej w konkursie „Na własne konto”
- **Cel warsztatów dla nauczycieli:**
  - poznanie procesu tworzenia gazety (organizacja pracy, podział uczniowskiego zespołu redakcyjnego)
  - poznanie podstawowych metod pracy dziennikarza
  - poznanie zasad przygotowywania artykułów prasowych
  - poznanie zasad składu gazety
- **Cel warsztatów dla uczniów:**
  - rozwijanie umiejętności pisania artykułu przez ucznia
  - kształtowanie postaw aktywności, kreatywności i przedsiębiorczości uczniów
  - uświadomienie uczniom znaczenia samozatrudnienia jako sposobu radzenia sobie w trudnościach na rynku pracy
  - zdobycie przez uczniów umiejętności prostej analizy otoczenia działalności gospodarczej oraz biznesplanu



# Proces tworzenia gazety

- **Tematyka gazety**
- **Odbiorca gazety**
  
- **Zawartość gazety:**  
W naszej gazecie **muszą** się znaleźć:
- **1) wywiad** z przedstawicielem władz lokalnych na temat związany z lokalną sytuacją ekonomiczną;
- **2) wywiad** z przedstawicielem lokalnej społeczności prowadzącym własną działalność gospodarczą;
- **3) reportaż** związany z ważnym problemem lokalnym;
- **4) relacja** z wizyty w banku lub lokalnej firmie;
- **5) artykuł merytoryczny** (ekonomiczny) na temat „Moje miejsce w regionie za 10 lat”, wykorzystujące programy aktywności zawodowej („Młodzi w poszukiwaniu pracy”);
- **6) wizja rozwoju gminy** w ciągu najbliższych 10 lat, przy merytorycznym oparciu o lokalną mapę przedsiębiorczości.



# Kolegium redakcyjne



- **Podział ról w zespole (minimum 5-osobowym)**
  - a) redaktor naczelny - najbardziej doświadczony
  - b) sekretarz redakcji - najlepiej zorganizowany uczeń/uczennica
  - c) dwaj dziennikarze - kreatywni, pomysłowi, dociekliwi
  - d) jeden lub dwaj redaktorzy - znający język, budowę gazety i gatunki dziennikarskie.
- **SZPIGIEL** (niem. lustro), to w miarę szczegółowy zapis, co gdzie ma się zmieścić w gazecie. Pomaga uporządkować materiał, wspomaga sekretarza redakcji i grafików. Szpigiel posiada wiele postaci - od zwykłego tekstowego opisu kolejnych stron do tabeli o bardzo dużych polach.



# Kolegium redakcyjne c.d.

Należy określić liczbę stron (zawsze podzielną przez 4). Kolegium dzieli gazetę na działy tematyczne i położenie konkretnych artykułów. Na szpiglu naczelny lub sekretarz zaznacza umiejscowienie w publikacji ilustracji (kto je wykonuje): rysunków, map, zdjęć, wykresów itp..

Redaktor naczelny i sekretarz redakcji odpowiadają za terminy oddania artykułów, stan zaawansowania prac (kolejne korekty, przekazanie do druku) i wysyłkę całości do EFRWP.



## Cechy redaktora naczelnego:

**Odpowiedzialność, wiedza,  
oczytanie, kultura osobista;**



## Cechy sekretarza redakcji

**Pedantyczność, punktualność,  
spokój i opanowanie;**





# Zespół redakcyjny

- **Cechy osoby (osób), która robi wywiad:**

Osoba kontaktowa, sympatyczna, dobrze wychowana, używająca poprawnej polszczyzny, znająca tematykę wywiadu na tyle, by reagować na słowa rozmówcy, skupiona podczas rozmowy (nierozkojarzona), cierpliwa.

- **Cechy dobrego wywiadu:**

- jasno określony główny temat rozmowy; rozmówca jest o nim wyraźnie poinformowany;
- dziennikarza ma wiedzę związaną z tematem wywiadu (politechnicy nie robią raczej wywiadów o muzyce poważnej);
- wcześniejsze przygotowanie pytań (pod opieką wydawcy-nauczyciela);
- zróżnicowane pytania (chodzi o to, by nie zaczynały się wyłącznie od "czy" i "jak", "co Pan sądzi");
- szybka reakcja na ciekawe słowa rozmówcy, drażnienie tematu, który czasami pojawia się nagle.



# Zespół redakcyjny c.d.

- **Cechy osoby (osób), która będzie odpowiedzialna za reportaż**  
Osoba mobilna, lubiąca ruch, a nie siedzenie za biurkiem (w ławce), wyczulona na problemy lokalne, znająca ludzi i wiedząca, do kogo trafić, pomysłowa, kreatywna
- **Zasady dobrego reportażu:**
  - interesujący temat;
  - ciekawe ujęcie problemu (poprzez historię konkretnej osoby, miejsca, wydarzenia itp.);
  - barwny język;
  - budowa zdań: krótkie przy informacjach, rozbudowane przy opisach;
  - wplatanie dialogów;
  - umiejętne budowanie napięcia, np. przez używanie zaskoczenia jako pointy akapitu;
  - reakcja na wydarzenia nieplanowane, umiejętne wplecenie ich w ramy reportażu.



# Zespół redakcyjny c.d.

- **Osoby, które napiszą relację z banku (przedsiębiorstwa) oraz przedstawią wizję własnej przyszłości w regionie oraz przyszłości gminy z uwzględnieniem jej potrzeb lokalnych:**

Autorzy relacji z banku powinni być spostrzegawczy, posługiwać się poprawną polszczyzną i nie zanudzać czytelnika (przykłady z Walentynkami, skarbcem itp..).

**Osoba opisująca wizję gminy** powinna przede wszystkim znać własne otoczenie, ludzi, mieć "słuch" na ich problemy i potrzeby, umieć analizować dokumenty rozwojowe gminy i odróżniać sprawy ważne od mniej ważnych. Nie fantazjować co do przyszłości, ale raczej twardo stąpać po ziemi.

**Osoby piszące o własnym miejscu pracy w regionie za 10 lat** powinny wykazać się znajomością:

- lokalnego rynku pracy,
- zagrożeń bezrobociem,
- własnym (przewidywanym) wykształceniem, swoimi zaletami i wadami itp.

Nie chodzi o to, byśmy żądali od 15-latków, by wiedzieli, kim NA PEWNO będą, a raczej orientowali się z ekonomicznego punktu widzenia na jakie zawody będzie zapotrzebowanie w regionie i czy np. będą lepszymi mechanikami samochodowymi i kucharkami, czy nauczycielkami i bankowcami.





# Wybrane zasady pisania artykułów

- **Temat artykułu, wywiadu, reportażu.**
- **O czym on ma być?**  
Czego ludzie nie dostrzegają, co im umyka w związku z tym tematem?  
Dlaczego ważne jest dostrzeżenie lokalnych problemów?  
Co może dać Twój artykuł?  
Jakie zaproponujesz rozwiązania?
- **UWAGA!!!**  
**Nie kopiuj cudzych artykułów, zdjęć itp. z innych gazet, stron, portali i serwisów internetowych itd.**
- **Jest to naruszenie praw autorskich i grozi poważnymi kłopotami.**
- **Zacytuj, napisz, że wymyślił to ktoś inny, podaj źródło (tytuł artykułu lub notatki, pismo, nazwisko autora), ale nie kradnij.**



# Budowa artykułu

(Na przykładach tekstów z „Omnibusa”, gazety laureatów konkursu „Na własne konto” w roku 2013)

- **Nadtytuł** (rzadko stosowany; rodzaj informacji dla czytelnika, o czym jest artykuł, który ma np. dziwny, niejednoznaczny lub symboliczny tytuł lub w przypadku, gdy na kolumnie pojawiają się teksty z różnych dziedzin, dyscyplin, np. w gazecie sportowej).
- **Tytuł** (może być informacyjny lub symboliczny, wieloznaczny, może być grą słów, cytatem, zabawą słowną nawiązującą np. do tytułu znanej książki lub filmu itp.). Np.:

**Małe kroki, wielki sukces**

**Droga przez mękę**

- **Lead** (wstęp) - jest to skrócona część artykułu. Można by rzec, że jest to wstęp, streszczenie, opisujące cały artykuł/news. W artykule to skrót najważniejszych informacji. W felietonie - rodzaj wstępu, a w reportażu – integralna część tekstu, wprowadzenie.

- **Treść artykułu**

**Śródtytuły** - tytuły części artykułu

**(Ćwiczenie warsztatowe nr 1)**



# Budowa gazety

- **Pierwsza strona gazety** świadczy o jej charakterze [prezentacja przykładów]
- Winieta
- Artykuł główny
- Ilustracje/zdjęcia
- Zajawki – hedaline'y
- **Co dać na drugą i następne strony?** [dyskusja]  
Układ stron a różnorodność form i gatunków dziennikarskich.
- Gdzie w gazecie jest miejsce na:
  - notatkę prasową
  - news
  - informacje
  - reportaż
  - wywiad
  - felieton (lub inny "lżejszy" materiał)



# Dobór informacji i język artykułu

Informacje w gazecie należy przekazywać w sposób:

- – CZYTELNY – myśli należy formułować na tyle jasno, by myśl artykułu nie zaginęła gdzieś w powodzi słów;
- – PRZEJRZYSTY – układ wypowiedzi musi być jasny, pamiętaj o akapitach, śródtytułach; jeśli wymieniasz jakieś elementy, zrób to w „słupku”;
- – ZGODNY z decyzjami kolegium (kontrola nad samowolą dziennikarską);
- **Język tytułów oraz zapowiedzi na pierwszej stronie**  
W tabloidach najlepiej „sprzedają się” na pierwszych stronach słowa dotyczące tragedii, katastrof lub ocierające się o granice wulgarności, typu ŚMIERĆ, ORGIA, KRWAWE.
- W tzw. pismach kobiecych sprawdzają się słowa związane z uczuciami, typu MIŁOŚĆ, SERCE, KOCHAĆ.
- **W pismach ekonomicznych dominują tytuły informacyjne.**

(Ćwiczenie warsztatowe nr 2)



# Typografia i grafika

- **TYPOGRAFIA** – termin mający szereg pokrewnych znaczeń związanych z użyciem znaków pisarskich w druku, prezentacją ich na ekranie monitora komputerowego itp. Podstawową zasadą typograficzną wnętrza jest stosowanie **NAJWYŻEJ DWÓCH, TRZECH FONTÓW** (czcionek) – zarówno w tytułach, jak i tekstach. „Czcionka” to krój pisma używany w druku, w wersji elektronicznej mówimy o „fontach”.

Różnorodne badania dowiodły, że w dłuższych tekstach sprawdzają się tzw. czcionki **SZERYFOWE** (co oznacza sposób zakończenia liter ze specyficznym "daszkiem": **F, T, W**. (ta czcionka

nosi nazwę **Times New Roman**)

Do krótkich informacji, newsów i tytułów częściej stosuje się czcionkę **BEZSZERYFOWĄ**, czyli prostą - **F, T, W** (arial,Calibri).

- Rozróżnienie fontów, a więc boldowanie (wytluszczenie), kursywa (italica, czyli pismo ukośne), zwężanie lub rozstrzelenie tej samej czcionki, stosuje się w celu urozmaicenia strony, by nie była zbyt monotonna dla oczu czytelnika, ale stosowanie zbyt wielu różnych fontów powoduje zmęczenie wzroku czytającego.

**(Ćwiczenie warsztatowe nr 3)**



# Zasady końcowe, podsumowanie

- **Zawodowy savoir vivre**
- **Rzetelność zawodowa:** „nie kłamać, by nie szkodzić”
- **Prawo prasowe**
- **Ekonomiczne sposoby finansowania pisma**
  - 1) Reklama prasowa.
  - 2) Marketing.
  - 3) Kolportaż.







**NA WŁASNE**  
**K O N T O**



Projekt „Na własne konto” jest realizowany  
we współpracy z Narodowym Bankiem Polskim  
w ramach programu edukacji ekonomicznej.