**Zdroj:**

* Komunikát je titulkem a perexem článku z bulvárního webu eXtra.cz
* <https://www.extra.cz/fnukna-bara-z-like-house-se-hrouti-lide-ale-maji-jasno-byla-jsi-taky-zadana-jdes-jen-po-prachach-vzkazuji-15c54>

**Komunikát (ukázka chatu):**

Fňukna Bára z Like House se hroutí, lidé ale mají jasno: Byla jsi taky zadaná, jdeš jen po prachách, vzkazují

V reality show Like House se poslední dva týdny neřeší nic jiného než románek Marka Valáška a Báry Stříteské. Zpočátku se oba dva dušovali, že jsou jenom kamarádi a nic mezi nimi neproběhlo. Kamery ale v posledních dílech jasně ukázaly, že Datel si posadil Báru na kuchyňský pult a začala žhavá líbačka. I přesto, že se Datel i Bára snaží svést všechno na Adama Kajumiho, za naprosté hlupáky jsou tady oni, mají jasno lidé na sociálních sítích.

**Didaktický potenciál:**

* Expresivní výrazy: Úryvek je zajímavý svým obsahem expresivních výrazů („fňukna“, „prachy“, „žhavá líbačka“, …). Žáci se mohou pokusit odhalit komunikační záměr autora při použití těchto výrazu s návazností na fakt, že jde o text z bulvárního webu. Nabízí se možnost text přepsat do podoby, ve kterém by mohl být publikován na klasickém zpravodajském webu, na čemž by si žáci uvědomili nevhodnost některých výrazů v tomto kontextu.
* Mediální gramotnost, taktiky bulváru: Text obsahuje řadu persvazivních technik („lidé mají jasno“, „neřeší se nic jiného“, expresiva, …). Žáci mohou text nejprve přečíst a následně se bavit o tom, jak na ně působil a jaký mají názor na influencery, o kterých se článek zmiňuje. Následně mohou v textu dohledat jednotlivé pasáže, které jejich názor mohly ovlivnit. Pro pokročilejší žáky je možné otevřít téma přesvědčovacích metod, kterých článek využívá, a dalších témat mediální gramotnosti.