

Język mediów

WIEDZA W PIGUŁCE

Powstanie nowych mediów sprawiło, że masowe komunikowanie zmieniło swój charakter. Przestaliśmy być jedynie odbiorcami przekazów medialnych. Sami możemy je tworzyć. Wykorzystujemy do tego różne języki, niekoniecznie składające się ze słów. Dziś możemy na wielką skalę komunikować się za pośrednictwem obrazów czy dźwięków. Tworzą one własne języki — czyli systemy znaków.

Mówi się, że żyjemy obecnie w kulturze obrazu. Jednak język obrazów tworzył się przez wieki, np. operowanie światłem, tak ważne dla stworzenia odpowiedniego nastroju w filmie, wykorzystywali już barokowi malarze.

Wielość języków umożliwia przekazanie tych samych treści w różnych formach. Często możemy zaobserwować, jak ta sama treść „przepływa” pomiędzy różnymi nośnikami informacji. Postać Supermana pojawiała się w komiksach, w filmach, w prasie...

Z drugiej strony forma utworu zawsze wpływa na jego treść, np. książki i ich kinowe ekranizacje różnią się przekazywanymi treściami. W „przekładzie” na język filmu traci się piękno słów i ich niuanse znaczeniowe. W miejsce słów pojawia się na ekranie obraz, który inaczej oddziałuje na odbiorcę.

W obrębie poszczególnych mediów z czasem powstały różne gatunki wypowiedzi. Pojęcie gatunku nie łączy się wyłącznie z twórczością artystyczną — wiele jest gatunków użytkowych. W telewizji możemy zobaczyć spektakle teatru telewizji, ale też wiadomości. Każde medium ma swoje gatunki, które wciąż się zmieniają i łączą ze sobą. Czasem wymierają, lecz pozostawiają po sobie ślad. Dziś w kinie raczej nie zobaczymy klasycznego westernu lub musicalu. Jednak konwencje tych gatunków nadal inspirować reżyserów.

Szczególnym medium jest internet. Łączy on wszystkie języki: słów, filmu, obrazu, dźwięków. Wędrowka po nim jest swobodna, wyznaczana odniesieniami do innych stron i preferencjami odbiorcy. Jest ona możliwa dzięki obecności hipertekstu — zbioru tekstów połączonych ze sobą odniesieniami.

Znajomość różnych języków i gatunków pomaga nam w tworzeniu własnych przekazów. Dzięki niej możemy odpowiednio oddziaływać na odbiorców. Z drugiej strony sprawia, że nasz odbiór jest pełniejszy i pogłębiony. Możemy określać, co w danym utworze jest typowe, a co oryginalne. Umiemy też sprecyzować znaczenie danego elementu w obrębie całości dzieła.

POMYŚL NA LEKCJĘ

Każde medium zwraca się do nas innym językiem. Telewizja to obraz i dźwięk, oczekujemy od niej dynamiki i rozrywki. Radio z łatwością rozbudza wyobraźnię, szczególnie ważny jest tu głos spikerów. Codzienna gazeta skłania natomiast do krytycznej analizy tekstów i obrazów. Internet w praktyce okazuje się kombinacją pozostałych mediów. Teksty, zdjęcia i filmy za jego sprawą łączą się w hipertekst pozwalający samodzielnie decydować o tym, które informacje i w jakiej kolejności chcemy poznać.

Cele operacyjne

Uczestnicy i uczestniczki:

- wiedzą, że każdy typ mediów wymaga innego sposobu zaprezentowania informacji — rozumieją, że ta sama informacja przekazana przez radio, telewizję i prasę zostanie zaprezentowana za pomocą innych środków wyrazu;
- rozumieją fenomen wzajemnego przenikania się mediów, m.in. obecności przekazu telewizyjnego w internecie;
- wiedzą, że dostępne współcześnie środki komunikacji wymagają różnych sposobów komunikowania się, przykładowo: innymi zasadami należy kierować się, pisząc e-mail, list tradycyjny i wiadomość SMS;
- rozumieją różnice między hipertekstem a tekstem tradycyjnym;
- wyrabiają sobie nawyk krytycznego odbioru informacji przekazywanych w środkach masowego przekazu.

Przebieg zajęć

1.

Czas: 10 min
 Forma: praca w grupach
 Pomoce: karta pracy **karta pracy**
„Język mediów”

Podziel uczestników zajęć na 4 grupy. Każdy zespół powinien otrzymać wydruk jednego zadania z **karty pracy „Język mediów”**.

Wytlumacz uczestnikom zajęć, że wcielają się w rolę redaktorów serwisów informacyjnych. Zadanie polega na przekazaniu wiadomości w sposób atrakcyjny dla odbiorcy za pomocą:

- grupa 1 telewizji
- grupa 2 radia
- grupa 3 prasy codziennej
- grupa 4 portalu internetowego

Wskaż, że kluczem do prawidłowego rozwiązania zadania nie jest przygotowanie tekstu, a zaplanowanie, w jaki sposób należy przygotować informację tak, aby była atrakcyjna dla odbiorców danego medium.

Przykładowo:

Wiadomość prezentowana w telewizji musi zostać uzupełniona o materiał filmowy (wywiad, sceny z przygotowań do koncertu, sceny z poprzednich koncertów, fragmenty teledysków), ale może również zawierać wywiad radiowy, prezentacje zdjęć lub plakatów czy grafikę informacyjną.

2.

Czas: 15 min
 Forma: praca w grupach
 Pomoce: –

Poproś kolejne grupy o zaprezentowanie wyników pracy. Po każdej prezentacji nakłoń pozostałych uczestników zajęć do komentarzy i opinii.

Jako pytania pomocnicze rozważ:

- Które z mediów umożliwia zaprezentowanie największej ilości informacji?
- Które z mediów umożliwia odbiorcy aktywny udział w odbiorze informacji? W jaki sposób?
- Które z mediów wymusza najbardziej skróconą formę prezentacji informacji?

3.

Czas: 10 min

Forma: burza mózgów

Pomoce: tablica, kreda lub marker

Zapisz na tablicy obok siebie słowa: telewizja, radio, prasa, internet.

Zadaj pytanie:

- Jakimi środkami wyrazu posługują się wymienione media?

Zapisz na tablicy na 2–3 najczęściej padające odpowiedzi pod każdym z mediów.

Przykładowo: telewizja

- obraz
- dźwięk
- ruch i dynamika

radio

- dźwięk
- głos
- nastrój

prasa

- tekst
- zdjęcie
- grafika

internet

- tekst
- film
- hipertekst*

Celem tej części jest podsumowanie wcześniejszych etapów zajęć — zwrócenie uwagi uczestników na odmienny sposób przekazywania informacji przez różne typy mediów. Każde z nich posługuje się odmiennym językiem, na który składają się nie tylko słowa, ale i obraz czy dźwięk. Zwróć uwagę na fenomen internetu — to medium umożliwia prezentowanie informacji w sposób łączący elementy przekazu telewizyjnego (obraz, ruch, dźwięk) z radiowym (dźwięk, mowa) i właściwego dla prasy (tekst, zdjęcia).

* W szczególności zwróć uwagę uczestników zajęć na pojęcie hipertekstu w odniesieniu do internetu. O ile w przypadku telewizji, radia czy prasy autor tekstu lub programu wyznacza drogę, którą musi przebyć jego odbiorca, o tyle w przypadku hipertekstu, autor jedynie wskazuje kolejne punkty, do których możemy sami dojść. Programy telewizyjne czy radiowe zbudowane są „od początku do końca”, natomiast hipertekst właściwie nigdy się nie kończy — odbiorca sam może decydować o tym, które kolejne informacje interesują go na tyle, że decyduje się z nimi zapoznać. Jako przykład hipertekstu możesz podać Wikipedię.

Jako pytania pomocnicze rozważ:

- Czy poszczególne media wymagają od nas koncentracji?
- Jakie umiejętności są potrzebne, aby w interesujący sposób przekazywać informacje za pomocą danego medium?
- W jaki sposób radio, telewizja, internet i prasa mogą przyciągnąć naszą uwagę? Co decyduje o atrakcyjności prezentowanych za ich pomocą informacji?

4.

Czas: 10 min

Forma: praca indywidualna

Pomoce: tablica, kreda lub marker

Zasygnalizuj uczestnikom zajęć, że w życiu codziennym również stale musimy zwracać uwagę na charakter medium, za pomocą którego przekazujemy informacje.

Przeczytaj uczestnikom zajęć treść kolejnego zadania (lub zapisz ją na tablicy): „Prze-każ koleźce gratulacje, ponieważ wygrał olimpiadę z języka polskiego. Udało mu się pokonać konkurencję ponad 500 osób z całej Polski. Komisja, w uzasadnieniu swojej decyzji, podkreśliła, że nikt od kilku lat nie prezentował tak wysokiego poziomu”.

Podziel uczestników zajęć na 3 grupy. Każdej z grup przydziel jedno zadanie — przekazanie gratulacji za pomocą:

1. SMS-a
2. krótkiego e-maila
3. wpisu na tablicy na Facebooku

Poproś uczestników o możliwie najszybsze zrealizowanie zadania — zapis ma mieć postać brudnopisu. Po 2–3 minutach poproś wybranych kilka osób o zaprezentowanie wiadomości w formie (1) SMS-a, (2) e-maila oraz (3) wpisu na Facebooku.

Zadaj pytanie:

- Co powinno charakteryzować wiadomość przekazywaną za pomocą (1) SMSa, (2) e-maila oraz (3) wpisu na Facebooku?

Ewaluacja

Czy po przeprowadzeniu zajęć ich uczestnicy i uczestniczki:

- wiedzą, że każdy typ medium (radio, telewizja, prasa, internet) posługują się różnymi środkami wyrazu?
- rozumieją, że współczesne media wzajemnie przenikają się? (→ Rozważ realizację lekcji [Zmiany w mediach — zmiany świata](#))
- pamiętają o konieczności zastosowania odpowiedniego sposobu komunikowania się w zależności od medium, którym się posługują — potrafią przekazać tę samą wiadomość za pomocą krótkiego SMS-a i grzecznościowego listu? (→ Rozważ realizację lekcji [Zmiany w mediach — zmiany świata](#))
- rozumieją różnicę pomiędzy hipertekstem a tekstem tradycyjnym? (→ Rozważ realizację lekcji [Podróże po hipertekście](#))

Opcje dodatkowe

Zajęcia mogą zostać rozbudowane w ćwiczeniu 3 o pokaz prezentacji dotyczącej hipertekstu (prezentacja „Podróże po hipertekście”).

Zwróć szczególną uwagę na najistotniejsze cechy hipertekstu:

- nieliniowość — nie musimy za każdym razem czytać całości tekstu, a tylko interesujące nas fragmenty;
- elastyczność — samodzielnie wybieramy te wątki, które chcemy rozwinąć;
- zwiększenie roli czytelnika — ten sam hipertekst można przeczytać na wiele różnych sposobów w zależności od zainteresowań i potrzeb poszczególnych osób.

Zasygnalizuj uczestnikom zajęć, że praca z hipertekstem jest tym bardziej wymagająca — ze względu na wiele hipertączy i łatwość pozyskiwania kolejnych informacji powinniśmy precyzyjnie określić nasze potrzeby informacyjne tak, by móc wybrać te tematy, które rzeczywiście nas interesują. W przeciwnym razie łatwo o dekoncentrację i mimowolne podążanie za kolejnymi odnośnikami na zasadzie luźnej gry skojarzeń.

Jako pytania pomocnicze rozważ:

- Czy za każdym razem musimy przeczytać cały artykuł na Wikipedii, by dotrzeć do interesujących nas zagadnień?
- Czym różni się sposób pozyskiwania informacji z Wikipedii od przeszukiwania tradycyjnej encyklopedii?
- W jaki sposób hipertącza stosowane np. w Wikipedii ułatwiają nam dostęp do informacji?

Zajęcia mogą zostać rozbudowane w punkcie III.3 o dalszą pracę w grupach. Poproś poszczególne zespoły o przygotowanie krótkiej prezentacji na temat medium, za pomocą którego planowały przekazanie informacji.

Prezentacje powinny zawierać odpowiedzi na pytania:

- Jakie środki wyrazu są najczęściej spotykane w przypadku tego medium?
- Czy dane medium sprzyja rozrywce czy samodzielnej analizie informacji?
- W jaki sposób można za pomocą danego medium rozbudzić emocje odbiorców (np. smutek lub radość)?

Po prezentacji każdej z grup zachęć pozostałych uczestników zajęć do wygłaszania uwag i komentarzy.

MATERIAŁY

Karta pracy „Język mediów”.

Prezentacja „Podróże po hipertekście”.

ZADANIA SPRAWDZAJĄCE

Zadanie 1.

Dopasuj treść komunikatów do mediów, za pomocą których je przekazujesz:

Komunikaty:

Elementy do przyporządkowania:

- Droga Małgosiu,<ctrl ch="/">dziękuję za Twoją wiadomość i przesłane zaproszenie. Bardzo cieszę się na myśl o naszym spotkaniu. Cieszę się, że problemy, o których mówiłaś mi ostatnio masz już za sobą.<ctrl ch="/">Do zobaczenia!<ctrl ch="/">Pozdrawiam serdecznie,<ctrl ch="/">Wojtek [rozwiązanie: email list]

- cze, co słysząc? ;-) [rozwiązanie: sms email facebook]
- Cześć, może pójdziemy do kina? Kiedy masz czas? Daj znać. [rozwiązanie: sms email facebook]
- Ula,<ctrl ch="/">pamiętasz może, jaki jest termin oddania pracy domowej z języka polskiego o gatunkach literackich?<ctrl ch="/">Pozdrawiam,<ctrl ch="/">Michał
[rozwiązanie: email list]
- Hura, przyjęli mnie do LO nr 16!!!! [rozwiązanie: sms email facebook]
- Idziemy pokopać piłkę? ;-) [rozwiązanie: sms email facebook]
- Kto chętny na kino? [rozwiązanie: sms email facebook]
- Nie mogę wyjść. :-| mam za dużo zadań domowych na jutro [rozwiązanie: sms email facebook]
- I-o zZ... zZ... zZ... [rozwiązanie: sms email facebook]

Media:

Kategorie:

- SMS
- e-mail
- wpis na tablicy na Facebooku
- list tradycyjny

SŁOWNICZEK

- **hipertekst**: 1) sposób organizacji treści, polegający na zastosowaniu odsyłaczy. Kierują one użytkownika do innych materiałów, które nawiązują do informacji prezentowanych wcześniej. Umożliwia to odbiorcy swobodne poruszanie się pomiędzy treściami. Przykładem hipertekstu jest artykuł na stronie www połączony z innymi za pomocą linków. 2) tekst tak uporządkowany.
- **medium**: środek przekazu. Zwykle dane medium wykorzystuje określone rozwiązania technologiczne oraz umożliwia komunikację na szeroką skalę. Np. telewizja, prasa, internet.
- **nowe media**: nowe środki przekazu, które istotnie różnią się od swoich poprzedników. W odróżnieniu od tzw. mediów tradycyjnych (prasa drukowana, radio, telewizja), nowe media są interaktywne. Znoszą podział na odbiorcę i nadawcę treści: treści za ich pomocą może tworzyć każdy użytkownik. Działanie nowych mediów umożliwia internet.
- **gatunek**: typ, odmiana czegoś. W odniesieniu do tekstów kultury: określony sposób organizacji przekazu, zależny od jego celu. Utwory tego samego gatunku mają zwykle podobną formę, wykorzystują te same konwencje.
- **nośnik informacji**: przedmiot fizyczny, na którym możliwe jest zapisanie informacji i z którego możliwe jest późniejsze odczytanie tej informacji, np. kartka papieru, kaset magnetofonowa, karta pamięci.

CZYTELNIA

- Grzenia Jan, **Internet. Jego definicja i specyfika jako medium** [online], [dostęp: 31.12.2012], Dostępny w Internecie: http://czytelnia.pwn.pl/komunikacja_jezykowa/specyfikacja.php.
- Filiciak Mirosław, Tarkowski Alek, **Alfabet nowej kultury: H jak hipertekst** [online], [dostęp 16.09.2012], Dostępny w Internecie: <http://www.dwutygodnik.com/artykul/323>.
- Filiciak Mirosław, Tarkowski Alek, **Alfabet nowej kultury: K jak konwergencja** [online], [dostęp: 31.12.2012], Dostępny w Internecie: <http://www.dwutygodnik.com/artykul/429>.

Tekst: Urszula Dobrowolska, scenariusz: Michał Wysocki, konsultacja merytoryczna: Piotr Drzewiecki. Materiał pochodzi z serwisu edukacjamedialna.edu.pl prowadzonego przez Fundację Nowoczesna Polska.

Udostępniono na licencji [Creative Commons Uznanie autorstwa - Na tych samych warunkach 3.0](https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/).

Źródło: <http://edukacjamedialna.edu.pl/lekcje/jezyk-mediow/>.

Publikacja zrealizowana w ramach projektu Cyfrowa Przyszłość, dofinansowanego ze środków Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego.

Podstawa programowa:

Język polski, III poziom edukacyjny

Cele kształcenia

I. Odbiór wypowiedzi i wykorzystanie zawartych w nich informacji.

II. Analiza i interpretacja tekstów kultury.

III. Tworzenie wypowiedzi.

Plastyka, III poziom edukacyjny

Cele kształcenia

I. Odbiór wypowiedzi i wykorzystanie zawartych w nich informacji – percepcja sztuki.

III. Analiza i interpretacja tekstów kultury – recepcja sztuki.