

Typy współczesnych przekazów medialnych

WIEDZA W PIGUŁCE

W przestrzeni medialnej stykamy się z ogromem tekstów kultury. Wiele z nich łatwo przyporządkować do określonego gatunku, zaś klasyfikacja innych bywa kłopotliwa.

Współcześni artyści często tworzą remiksy, łączą wiele konwencji. Tak wiele dzisiejszych dzieł łamie schematy, że gatunki trudno już uważać za stałe i niezmiennie zbiory cech, jakie musi posiadać utwór, by do nich należał. Postrzega się je z punktu widzenia odbiorcy: ich rozpoznanie w danym tekście kultury ułatwia odbiór i interpretację dzieła.

Jednocześnie w kulturze popularnej nadal funkcjonują klasycznie wyróżniane gatunki, takie jak horrory czy komedie romantyczne. Autorom przekazów służących rozrywce zależy na tym, by forma ich utworów była prosta i przystępna dla odbiorcy. Niektóre media wymuszają tworzenie określonych typów przekazów, np. na Twitterze możemy publikować tylko wpisy o określonej ilości znaków.

Utwory można charakteryzować nie tylko z perspektywy gatunkowej, lecz także pełnionych funkcji. Pod tym względem przekazy medialne dzielimy na:

1. Informacje. Mają one poszerzać zakres wiadomości odbiorców. Spotykamy się z nimi w serwisach informacyjnych i filmach dokumentalnych.
2. Opinie. Informują o zdaniu autora na określony temat i zwykle kształtują punkt widzenia odbiorców. Ich przykładami są recenzje czy felietony. Opinie to domena publicystyki.
3. Perswazje. Mają za zadanie przekonać odbiorców do podjęcia pewnych działań. To np. reklamy czy ogłoszenia wyborcze. Komunikaty perswazyjne obfitują w elementy informacji i opinii — np. w reklamach aktorzy grający ekspertów podają wyniki badań.
4. Manipulacje. To komunikaty, których cele są ukryte przed odbiorcami. Ich nadawcy wywierają na odbiorcy mylne wrażenie, tak jakby sformułowana przez nich wypowiedź była informacją lub opinią.

Z tekstami kultury obcujemy niemal bez ustanku. Choćby wszechobecność ekranów na ulicach, w autobusach, centrach handlowych i naszych domach sprawia, że bez przerwy znajdujemy się w przestrzeni mediów. Za ich pośrednictwem obcujemy z przekazami audiowizualnymi, w których odbiorze najważniejsze jest zmysłowe doświadczanie. To właśnie one stały się trzonem współczesnej kultury.

POMYSŁ NA LEKCJĘ

Gatunki nieustannie się zmieniają. Dotyczy to nie tylko filmów i muzyki, ale także dziennikarstwa, a nawet sposobu, w jaki komunikujemy się z innymi. Spore zamieszanie wprowadzają zwłaszcza nowe środki komunikacji takie jak Twitter lub Facebook, które zmuszają nas do innego sposobu formułowania myśli. Zrozumienie konwencji poszczególnych gatunków okazuje się bardzo przydatne, to dzięki nim potrafimy efektywnie komunikować się z innymi.

Cele operacyjne

Uczestniczki i uczestnicy zajęć:

- rozumieją, że żyjemy w epoce kolażu, w której granice poszczególnych konwencji gatunkowych są celowo łamane;
- wiedzą, że poszczególne środki przekazu, z których korzystamy, komunikując się z innymi, wymagają odmiennych zasad formułowania swoich myśli;
- pamiętają, że wiedza na temat gatunków i różnic pomiędzy nimi często bywa przydatna w życiu, jest częścią medialnego savoir-vivre;
- potrafią formułować własne komunikaty w zrozumiały sposób, niezależnie od typu medium, z którego korzystają.

Przebieg zajęć

1.

Czas: 5 min
Forma: dyskusja
Pomoce: tablica, kreda lub marker

Zadaj pytanie:

- Jakie cechy powinny charakteryzować przekazy o charakterze
- informacyjnym,
- opinii,
- perswazji,
- manipulacji?

Najistotniejsze cechy wskazywane przez uczestniczki i uczestników zajęć zapisuj w punktach na tablicy.

Jako pytania pomocnicze rozważ:

- Co odróżnia opinię od informacji?
- Czy każda opinia ma charakter perswazji?
- Gdzie leży granica pomiędzy perswazją a manipulacją?
- Jaki charakter mają reklamy — perswazji, manipulacji czy może opinii?
- Jaki charakter mają najczęściej programy publicystyczne w radiu i telewizji — perswazyjny, opiniotwórczy, informacyjny, a może mają cechy manipulacji?
- Czy łatwo jest odróżnić poszczególne gatunki medialne we współczesnych środkach masowego przekazu?

2.

Czas: 10 min
Forma: praca w grupach

Podziel uczestniczki i uczestników zajęć na 4 grupy. Każdy z zespołów poproś o przygotowanie krótkich (nie dłuższych niż 2–3 zdania) przekazów medialnych w formie:

- informacyjnej,
- opinii,
- przekazu perswazyjnego,
- manipulacji.

Za każdym razem przekaz powinien dotyczyć tej samej sytuacji: stomatolog, wypowiadając się do kamery, mówi o bardzo korzystnych dla zdrowia właściwościach nowej pasty do zębów. W jaki sposób powinna zostać przygotowana jego wypowiedź, aby była zgodna z konwencją wskazanych gatunków medialnych?

3.

Czas: 10 min
Forma: dyskusja

Poproś kolejne zespoły o zaprezentowanie wyników ich pracy. Zachęć pozostałe grupy do wygłaszania komentarzy i opinii.

Jako pytania pomocnicze rozważ:

- Jakie warunki muszą zostać spełnione, aby zakwalifikować przekaz jako informacyjny?
- Czym powinien różnić się przekaz perswazyjny od opinii?
- W jakich okolicznościach przekaz przyjmie postać manipulacji? (Przykładowo: gdyby okazało się, że wypowiadająca się osoba nie jest lekarzem, a aktorem, lub gdyby przytaczane przez nią dane nie odwoływały się do autentycznych badań.)
- Jaki charakter mają najczęściej reklamy, które oglądamy w telewizji lub których słuchamy w radiu?
- W jaki sposób możemy starać się ustrzec przed uleganiem manipulacjom, które stosowane są w reklamach produktów różnego typu?

4.

Czas: 5 min
Forma: praca w grupach
Pomoce: **materiał pomocniczy**
„Typy współczesnych przekazów medialnych”

Podziel uczestniczki i uczestników zajęć na 6 grup. Każdy z zespołów powinien otrzymać jeden los z **materiału pomocniczego „Typy współczesnych przekazów medialnych”**.

Zwróć szczególną uwagę uczestniczek i uczestników na fakt, że każdy z przygotowanych przez nich przekazów powinien odpowiadać wymogom serwisu Twitter, to znaczy nie przekraczać 140 znaków — w praktyce oznacza to jedno zdanie. Kluczem do poprawnego rozwiązania zadania będzie zatem selekcja informacji oraz wybranie tylko tych, które rzeczywiście są niezbędne.

5.

Czas: 15 min
Forma: dyskusja

Poproś kolejne zespoły o zaprezentowanie wyników pracy. Zachęć pozostałe grupy do wygłaszania opinii i komentarzy.

Jako pytania pomocnicze rozważ:

- Czy grupie rzeczywiście udało się zawrzeć w komunikacie możliwie dużo kluczowych informacji?
- W jaki sposób można zmodyfikować tekst, aby zawierał jeszcze więcej najistotniejszych informacji?
- Z których wątków można zrezygnować?
- O czym świadczy fakt, że coraz więcej osób (politycy, dziennikarze, celebryci), ale także instytucji publicznych (m.in. prezydent, ministrowie, a nawet biskupi i papież) komunikuje się za pomocą Twittera?
- Jakie cechy charakteryzują wpisy na Twitterze jako nowy gatunek medialny? (Należy wziąć pod uwagę m.in. długość tekstu, styl, zasady interpunkcji, tendencję do stosowania neologizmów i skrótów słownych.)
- Do jakich innych gatunków medialnych podobne są wpisy na Twitterze? (Należy wziąć pod uwagę m.in. depesze informacyjne, newsy, telegram.)

Ewaluacja

Czy uczestniczki i uczestnicy po przeprowadzeniu zajęć:

- rozumieją, że każdy z gatunków wymaga odmiennego zestawu konwencji i reguł postępowania? (→ Rozważ realizację lekcji „Czym dziś jest gatunek?”.)
- dostrzegają różnicę pomiędzy podstawowymi cechami gatunków dziennikarskich i potrafią je scharakteryzować? (→ Rozważ realizację lekcji „Każdy przekaz ma swój cel”.)
- wyrabiają nawyk krytycznego podejścia do przekazów otrzymywanych za pomocą środków masowego przekazu? (→ Rozważ realizację lekcji „Wśród ekranów i interfejsów”.)
- potrafią wyrażać swoje myśli w zwięzły i komunikatywny sposób, korzystając z różnych mediów? (→ Rozważ realizację lekcji „Medialny savoir-vivre”.)

Opcje dodatkowe

Zajęcia mogą zostać rozbudowane o punkt 5. Poproś zespoły o przygotowanie krótkiej prezentacji w formie katalogu rad dotyczących tego, w jaki sposób powinno się przygotowywać komunikaty w serwisie Twitter. Po około 10 minutach poproś grupy o zaprezentowanie wyników pracy.

MATERIAŁY

materiał pomocniczy „Typy współczesnych przekazów medialnych”

ZADANIA SPRAWDZAJĄCE

Zadanie 1.

Uzupełnij luki w poniższym tekście:

- krótki
- stylem
- samodzielnie
- prawami
- konwencjami
- reguły
- zatarciu
- zasad
- inny
- dozwolone

Każdy gatunek posługuje się określonymi _____ [rozwiązanie: konwencjami]. Należy je znać na tyle, by potrafić je rozróżnić i odpowiednio ocenić.

Nowoczesne formy komunikacji, takie jak Facebook lub Twitter rządzą się swoimi _____ [rozwiązanie: prawami]. Jeśli na przykład chcemy, aby nasze wpisy na Twitterze były czytane przez innych z zainteresowaniem, powinniśmy poznać _____ [rozwiązanie: reguły], które obowiązują w tym serwisie i umiejętnie stosować je w praktyce.

Warto pamiętać, że tak jak publicystyka czy kabaret posługują się określonymi konwencjami, które określają, co jest _____ [rozwiązanie: dozwolone], a czego nie wypada robić, tak samo każdy z środków komunikacji, którym się posługujemy, zakłada _____ [rozwiązanie: inny] sposób wyrażania swoich myśli. Na przykład jeśli tę samą wiadomość zamierzamy przedstawić za pomocą SMS-a, e-maila lub tradycyjnego listu, okaże się, że za każdym razem musimy posłużyć się innym _____ [rozwiązanie: stylem] i w odmienny sposób dobierać słowa.

Nieznajomość _____ [rozwiązanie: zasad] i konwencji obowiązujących w danym medium sprawia, że możemy zostać odebrani jako osoby niekulturalne.

Sukces serwisów społecznościowych takich jak Twitter dowodzi, że współcześnie ludzie mają coraz mniej czasu i zależy im na uzyskiwaniu informacji wyrażonych w _____ [rozwiązanie: krótki] i zrozumiały sposób.

Obserwując współczesne media masowe, z łatwością można zauważyć, że tradycyjny podział na gatunki uległ _____ [rozwiązanie: zatarciu]. Dotyczy to nie tylko kinematografii, ale także programów informacyjnych lub publicystycznych. Warto jednak pamiętać, że tym bardziej powinniśmy krytycznie podchodzić do tego, co słyszymy lub oglądamy i _____ [rozwiązanie: samodzielnie] starać się ocenić, czy mamy do czynienia wyłącznie z opinią, przekazem o charakterze perswazyjnym czy sprawdzoną informacją.

SŁOWNICZEK

- **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.
- **konwencja:** zbiór cech utworów (artystycznych, dziennikarskich itp.) wielokrotnie powtarzany i wykorzystywany. Dana konwencja może być typowa dla jednego twórcy, grupy czy okresu. Składać się na nią mogą różne elementy utworu – zarówno związane z jego formą, jak i treścią.

- **perswazja**: przekonywanie kogoś do własnych racji.
- **manipulacja**: ukryta perswazja. Przekonywanie kogoś do podjęcia pewnych (często niekorzystnych dla niego) działań i jednocześnie ukrywanie swoich prawdziwych intencji.
- **remiks**: utwór, w którym wykorzystano i połączono elementy różnych innych dzieł. Dzięki nowemu kontekstowi zmieniają one swoje znaczenie. Pierwotnie termin "remiks" odnosił się tylko do utworów muzycznych i oznaczał zmianę aranżacji piosenki, połączenie jej pierwotnej wersji z innymi elementami dźwiękowymi.

CZYTELNIA

- **Dziennikarstwo i świat mediów**, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Universitas, Kraków 2008.
- Szymoniak Krzysztof, **Między gazetą a Internetem — nowe gatunki dziennikarskie, paragatunki czy hybrydy?** [PDF], AMUR [dostęp 26.03.2013], Dostępny w Internecie: <https://repozytorium.amu.edu.pl/jspui/bitstream/10593/4721/1/09-Szymoniak.pdf>.

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](#).

Źródło: <http://edukacjamedialna.edu.pl/lekcje/typy-wspolczesnych-przekazow-medialnych/>.

Publikacja dofinansowana ze środków Stowarzyszenia Autorów ZAIKS, Trust for Civil Society in Central and Eastern Europe, Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej oraz Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego.

Podstawa programowa:

Język polski, IV poziom edukacyjny

Cele kształcenia

III. Tworzenie wypowiedzi.

Wiedza o społeczeństwie, IV poziom edukacyjny

Cele kształcenia

I. Wykorzystanie i tworzenie informacji.

II. Rozpoznawanie i rozwiązywanie problemów.

Treści nauczania

Środki masowego przekazu. (zakres rozszerzony)