

Każdy przekaz ma swój cel

WIEDZA W PIGUŁCE

Język realnie wpływa na rzeczywistość. Wypowiedzi formułujemy zawsze w określonym celu, od którego zależy sposób wyrażania naszych myśli. Na powodzenie w osiąganiu celu wpływa wiele różnych czynników, takich jak osobowość odbiorców i ich wiedza o świecie, kontekst sytuacyjny czy przyjęte normy postępowania.

Uświadamianie sobie celów różnych wypowiedzi jest ważne, gdy poruszamy się w sferze mediów. Stykamy się tam z wieloma przekazami, które mają wywrzeć na nas określony wpływ.

W zależności od ich celów i funkcji, przekazy medialne możemy podzielić na:

1. Informacje. Mają one poszerzać zakres wiadomości odbiorców. Spotykamy się z nimi w serwisach informacyjnych czy w filmach dokumentalnych. Dziennikarze przekazujący informacje powinni starać się być bezstronni i rzetelni — realizować wytyczne etyki dziennikarskiej, pragnąc przekazywać prawdę. Mimo to rzadko stykamy się z czystym przekazem informacyjnym. Często na jego kształt wpływa np. linia redakcyjna medium.
2. Opinie. Informują o zdaniu autora na określony temat i zwykle kształtują punkt widzenia odbiorców. Prezentowane są najczęściej w formie publicystyki. To np. recenzje — teksty ułatwiające czytelnikom podjęcie decyzji. Modelowa opinia to przekaz, który nie ma na celu nakłaniania do czegokolwiek. Jednak publicyści należą do środowisk opiniotwórczych, wpływają na poglądy odbiorców.
3. Perswazje. Mają za zadanie przekonać odbiorców do podjęcia pewnych działań. To np. reklamy, manifesty czy ogłoszenia wyborcze. W mediach wykorzystuje się różne techniki perswazji — wiele spośród nich sformułowali już antyczni retorzy. Komunikaty perswazyjne obfitują w elementy informacji i opinii — w reklamach aktorzy grający ekspertów podają wyniki różnych badań, a politycy przychodzą z wydrukami danych na dyskusje w telewizji.
4. Manipulacje. To komunikaty, których cele są ukryte przed odbiorcami. Ich nadawcy wywierają na odbiorcy mylne wrażenie, tak jakby ich wypowiedź była informacją lub opinią. Zachowuj szczególną czujność, gdy podczas odbioru nie masz pewności, o co chodzi nadawcy.

Odbierając i tworząc komunikaty pamiętaj, że łączenie ich typów jest zwykłym zjawiskiem, choć często niekorzystnym dla odbiorców. Dobrze, żeby informacja pozostawała obiektywna, zaś autor opinii podkreślał jej subiektywizm.

ZADANIA SPRAWDZAJĄCE

Zadanie 1.

Przyporządkuj podane zwroty do jednego z typów przekazu.

TYPY PRZEKAZU

Kategorie:

- informacja

- opinia
- perswazja
- manipulacja

ZWROTY

Elementy do przyporządkowania:

- uważam, że jest to bardzo dobre rozwiązanie...
- gorąco polecam...
- według mnie...
- w grudniu odbędzie się zbiórka pieniędzy na rzecz...
- nasz produkt od zawsze jest najlepszy na rynku...
- planujemy zorganizować koncert jazzowy...
- wszelkie niezbędne informacje odnajdziecie państwo w naszym serwisie internetowym...
- jeśli macie państwo problem ze znalezieniem potrzebnych informacji, musicie zajrzeć do naszego portalu...
- ktokolwiek znalazł się w takiej sytuacji, wie, że powinien skorzystać z naszych usług...
- To najlepszy produkt. Potwierdzają to dowolne badania, które w każdej chwili można przeprowadzić.

SŁOWNICZEK

- **etyka dziennikarska:** zbiór zasad, których powinni przestrzegać dziennikarze, m.in. dążenie do prawdy, bezstronność i uczciwość, szacunek, toleracja, oddzielenie informacji od komentarza.
- **infotainment:** (z ang. information – informacja, połączone z entertainment – rozrywką), zjawisko zacierania różnic pomiędzy przekazami informacyjnymi i rozrywkowymi. Obserwujemy je we współczesnych mediach.
- **manipulacja:** ukryta perswazja. Przekonywanie kogoś do podjęcia pewnych (często niekorzystnych dla niego) działań i jednocześnie ukrywanie swoich prawdziwych intencji.
- **perswazja:** przekonywanie kogoś do własnych racji.
- **linia redakcyjna:** ogół poglądów politycznych i społecznych przeważających w redakcji danego medium. Ma wpływ na sposoby formułowania opinii, referowania wydarzeń itd. Linia redakcyjna związana jest z konsekwentnym ujawnianiem pewnych przekonań i niechęcią do promowania innych.

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/kazdy-przekaz-ma-swoj-cel/>.

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

II. Analiza i interpretacja tekstów kultury.

III. Tworzenie wypowiedzi.

Wiedza o społeczeństwie, IV poziom edukacyjny

Cele kształcenia

I. Wykorzystanie i tworzenie informacji.

Treści nauczania

Środki masowego przekazu. (zakres rozszerzony)

Wiedza o kulturze, IV poziom edukacyjny

Cele kształcenia

I. Odbiór wypowiedzi i wykorzystanie zawartych w nich informacji.

II. Tworzenie wypowiedzi.

III. Analiza i interpretacja tekstów kultury.

Nowa podstawa programowa:

Język polski, liceum i technikum

Treści nauczania

rozdziela pojęcia manipulacji, dezinformacji, postprawdy, stereotypu, bańki informacyjnej, wiralności; rozpoznaje te zjawiska w tekstach i je charakteryzuje.

rozdziela typy argumentów, w tym argumenty pozamerytoryczne (np. odwołujące się do litości, niewiedzy, groźby, autorytetu, argumenty ad personam).

rozumie, na czym polega logika i konsekwencja toku rozumowania w wypowiedziach argumentacyjnych i stosuje je we własnych tekstach.

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