

# Co wpływa na przekazy medialne?

## WIEDZA W PIGUŁCE

Pełna obiektywność i bezstronność, nawet jeśli są ideami przyświecającymi pracy dziennikarzy, rzadko mają szansę urzeczywistnienia. Na kształt przekazów medialnych wpływa wiele czynników, przede wszystkim:

- Grupa docelowa, a więc to, do kogo przekaz jest skierowany. Przekazy tworzone w celach komercyjnych mają być przede wszystkim atrakcyjne dla odbiorców. Ich gusty, pragnienia i poglądy wpływają więc na treść i formę przekazów.
- Zastosowany gatunek medialny. W zależności od tego, czy tworzony jest wpis na blogu, artykuł, reportaż czy wydanie wiadomości, inne treści zostają uwypuklone. Każdy gatunek narzuca określone konwencje. Bywają one jednak naruszane. Może się to zdarzyć np. gdy w przekaz informacyjny wkrada się subiektywna opinia. Granica między publicystyką a informacją jest coraz mniej zauważalna — czasem trudno je od siebie odróżnić.
- Linia redakcyjna nadawcy. Nie jest ona wyznaczana jedynie przez decyzje i poglądy właściciela stacji czy wydawcy, lecz także przez wyniki badań działów marketingu. Od linii redakcyjnej zależą np. kontrakty reklamowe, korzystniejsze dla mediów o szerokiej rzeszy odbiorców.

Odbierając przekazy medialne na co dzień warto pamiętać, że za większością z nich ostatecznie stoi pieniądź. Bez finansowania nie mogłyby one powstać, są zatem uzależnione zarówno od reklamodawców, jak i od modelowego obrazu odbiorcy. Zwykle jest on bardzo uproszczony i budowany w oparciu o stereotypy. Duża część mediów za swojego modelowego odbiorcę obiera liberalnego mieszkańca dużego miasta, między innymi dlatego, że właśnie takie osoby stać na reklamowane produkty.

Schematyczność modelowego odbiorcy, nasze przyzwyczajenia, by sięgać po określone media, dostosowywanie wyników wyszukiwania do historii naszych wędrówek po sieci — wszystko to wpływa na kształtowanie się naszych poglądów i wyborów. Każdy z nas w pewnym stopniu żyje w „bańce informacyjnej”, ograniczającej różnorodność trafiających do nas informacji i punktów widzenia. Przyzwyczajeni do języka określonej opcji światopoglądowej, czasem nie zauważamy różnicy między faktem a sposobem mówienia o nim.

Krytyczny odbiór treści i różnorodność źródeł może ułatwić nam właściwą ocenę przekazów.

## ZADANIA SPRAWDZAJĄCE

### Zadanie 1.

W odniesieniu do podanych poniżej twierdzeń wskaż: „prawda” lub „fałsz”:

- Wszystkie tytuły dostępne na polskim rynku prasy prezentują te same informacje w ten sam sposób. [Prawda/Fałsz]

- Ilekroć korzystamy z wyszukiwarek internetowych (takich jak Google lub Yahoo), wyświetlane informacje są filtrowane pod kątem naszych wcześniejszych zapytań oraz stron internetowych, które odwiedzamy najczęściej. [Prawda/Fałsz]
- Zjawisko zwane „bańką informacyjną” powstaje w wyniku stałego korzystania z tych samych źródeł informacji — np. tej samej gazety codziennej oraz ulubionego portalu internetowego. Prowadzi to do ograniczenia wiedzy na temat otaczającego nas świata, ponieważ poszczególne redakcje z reguły prezentują informacje zgodnie z obraną przez siebie linią programową. [Prawda/Fałsz]
- Grupa docelowa to zbiór osób reprezentujących podobne cechy, takie jak: wiek, zainteresowania, wykształcenie, typ wykonywanej pracy. Informacje na temat grup docelowych mają szczególne znaczenie dla wydawców gazet, stacji telewizyjnych i portali internetowych. To dzięki nim łatwiej o dobór najbardziej interesujących treści oraz o przyciągnięcie reklamodawców, którzy są zainteresowani umieszczaniem reklam tylko w tych mediach, które trafiają do ich potencjalnych klientów. [Prawda/Fałsz]
- Poszczególne redakcje gazet lub serwisów internetowych prezentują informacje zgodnie z własną linią programową, co oznacza, że obojętne jest im to, jakiego typu materiały zostają zaprezentowane na ich łamach. [Prawda/Fałsz]
- Tytuły poszczególnych artykułów w prasie i na portalach internetowych z reguły mają wyłącznie informacyjny charakter — ich celem nie jest rozbudzenie emocji, ani skłonienie nas do przeczytania akurat tego tekstu. [Prawda/Fałsz]

## SŁOWNICZEK

- **gatunek medialny:** gatunek tekstów kultury, które przekazywane są za pośrednictwem mass mediów. Zaliczyć do nich można zarówno klasyczne gatunki dziennikarskie (reportaż, sprawozdanie), jak i telewizyjne (teleturniej, talk show), radiowe (audycja, słuchowisko) czy internetowe (wpis na blogu, narracja cyfrowa).
- **grupa docelowa:** osoby, do których skierowany jest komunikat, reklama, produkt.
- **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.
- **bańka informacyjna:** zjawisko we współczesnej kulturze medialnej. Zachodzi, gdy odbiorca ma cały czas do czynienia z przekazami wyrażającymi podobne poglądy czy wartości. Zamyka go to na konfrontację z innymi punktami widzenia. „Bańka informacyjna” tworzy się w wyniku naszych przyzwyczajeń (np. zagłębienie do jednego portalu informacyjnego czy czasopisma), działania mechanizmów wyszukiwarek, dominujących linii redakcyjnych i wielu innych czynników.

---

Tekst: Urszula Dobrowolska, scenariusz: Michał Wysocki, konsultacja merytoryczna: Justyna Jasiewicz. Materiał pochodzi z serwisu [edukacjamedialna.edu.pl](http://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/co-wplywa-na-przekazy-medialne/>.

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

I. Odbiór wypowiedzi i wykorzystanie zawartych w nich informacji.

II. Analiza i interpretacja tekstów kultury.

Wiedza o społeczeństwie, IV poziom edukacyjny

Cele kształcenia

I. Wykorzystanie i tworzenie informacji.

Treści nauczania

Środki masowego przekazu. (zakres rozszerzony)

Informatyka, IV poziom edukacyjny

Cele kształcenia

II. Wyszukiwanie, gromadzenie i przetwarzanie informacji z różnych źródeł; opracowywanie za pomocą komputera: rysunków, tekstów, danych liczbowych, motywów, animacji, prezentacji multimedialnych.

Wiedza o kulturze, IV poziom edukacyjny

Cele kształcenia

I. Odbiór wypowiedzi i wykorzystanie zawartych w nich informacji.