

Tematy prac zaliczeniowych z języka polskiego

semestr V

tryb zaoczny

PRACĘ PROSZĘ NAPISAĆ RĘCZNIE
NA JEDEN Z PONIŻSZYCH TEMATÓW
NA PAPIERZE PODANIOWYM (W LINIĘ BĄDŹ W KRATKĘ).

PRACA NIE MOŻE LICZYĆ MNIEJ NIŻ 250 SŁÓW

1. Za pomocą jakich środków językowych twórcy reklam kreują przedstawiony świat? Odpowiedz, odwołując się do tekstu Anny Gródeckiej „Techniki manipulacji w tekstach reklamowych”, własnych doświadczeń komunikacyjnych oraz wybranego tekstu kultury.

Anna Gródecka

Techniki manipulacji w tekstach reklamowych

Komunikat reklamowy opiera się na technice fragmentacji. Prezentuje tylko niektóre cechy przedmiotu oferty - takie, które uznaje za największe zalety i które najbardziej przyciągną uwagę konsumentów. W konsekwencji odbiorca otrzymuje znacznie okrojony i zniekształcony obraz rzeczywistości. Uniemożliwia mu to obiektywną ocenę reklamowanego produktu. Nie otrzymuje bowiem żadnych informacji dotyczących np. ceny (w relacji z substytutami), warunków promocji, kredytu, itp. Nie zostaje także powiadomiony o jakichkolwiek wadach czy usterkach przedmiotu, gdyż mogłoby to w sposób oczywisty negatywnie wpłynąć na jego zachowanie (zrezygnowałby prawdopodobnie ze skorzystania z oferty). Konsument jest więc zdezorientowany, właściwie można powiedzieć, że często z reklamy nie jest w stanie dowiedzieć się niczego konstruktywnego, poza faktem istnienia na rynku danego artykułu. Zostaje „zbombardowany” informacjami, że coś jest nowe, lepsze, wyjątkowe, wspaniałe lub prawdziwe, ale nadal nie wie, na czym polega owa „nowość, lepszosc, wyjątkowość i prawdziwość?”. Wynika to z tego, iż są to pojęcia tak wieloznaczne, że, po pierwsze - można je interpretować na wiele sposobów, po drugie - ich negacja jest w zasadzie niemożliwa.

Wypowiedź reklamowa jest tworzona tylko po to, aby przekonać nas do zakupu towaru lub skorzystania z usługi proponowanej przez nadawcę. Wzbudzenie emocji, przekazywanie informacji czy przestrzeganie wymogów gatunkowych — wszystko to służy wpływowi na postawy i zachowania odbiorców.

Aby to było możliwe, konsument musi właściwie odczytać treść przekazu Reklama - tak jak i inne akty mowy - wymaga więc od swego twórcy skonstruowania komunikatu w taki sposób, by odbiorca zrozumiał go zgodnie z intencją nadawcy.

2. Jakie refleksje na temat ludzkiego życia wyrażają artyści w swoich dziełach? Odpowiedz, odwołując się do obrazu Gustava Klimta *Śmierć i życie* oraz wybranych utworów literackich

Gustav Klimt
Śmierć i życie



www.ramarama.pl