

Manipulacja w reklamie i zabiegi retoryczne w „Kazaniach sejmowych”

JAKICH JĘZYKOWYCH I POZAJĘZYKOWYCH ŚRODKÓW MANIPULACJI UŻYTO W PRZEDWOJENNEJ REKLAMIE SAMOCHODU? I JAKIE FUNKCJE MAJĄ ZABIEGI RETORYCZNE W „KAZANIACH SEJMOWYCH” PIOTRA SKARGI? TAKIE PYTANIA MOGĄ POJAWIĆ SIĘ W TWOIM ZESTAWIE MATURALNYM.

1 Zadanie

Jakich językowych i pozajęzykowych środków manipulacji użyto w tej reklamie?

Przykładowa realizacja tematu

Wstęp

Celem reklamy jest naklonienie odbiorcy do działań, np. kupna określonych produktów. Omawiane zdjęcie reklamowe ma nakłonić odbiorcę do kupna samochodu marki Chevrolet. Podobnie jak w innych reklamach zastosowano tu manipulację, tzn. za pomocą środków językowych i pozajęzykowych zadziałano na podświadomość odbiorcy.

Do środków językowych należy dobór określonych wyrazów czy budowa zdań, do środków pozajęzykowych np. dobór pewnych informacji (pomijanie jednych, eksponowanie innych).

Rozwinięcie

- Środkiem pozajęzykowym wykorzystanym w tej reklamie i służącym manipulacji jest sugestia, że ktoś, kto ma samochód marki Chevrolet, jest człowiekiem szczęśliwym w życiu prywatnym, miłości, osobą atrakcyjną, elegancką, zadowoloną z życia. Sugeruje to sytuacja, w jakiej ukazano parę użytkowników samochodu. Uśmiechnięta kobieta i atrakcyjny, elegancko ubrany mężczyzna zatrzymali się w plenerze. Prawdopodobnie są parą, można mówić tu o podtekście erotycznym. Ukazanie samochodu w tej sytuacji, i na jego tle takich postaci jest manipulacją, która polega na fragmentaryczności i wybiórczości informacji (pokazano tylko to, co wygodne, chevroletami jeździli też być może zgrzybiali, bogaci, samotni starsuszkowie), wskazywaniu niewłaściwych związków przyczynowo-skutkowych (masz samochód tej marki? – jesteś piękny, elegancki, zadowolony z życia, szczęśliwy w miłości, cieszysz się powodzeniem u płci przeciwnej).
- Do językowych środków manipulacji tej reklamy, należy zastosowanie słownictwa wartościującego („idealny”), bazowanie na uproszczeniach, stosowanie formy wypowiedzi, którą trudno podważyć (krótki slogan, wbijający się w pamięć, trudno z nim polemizować). Manipulacją jest brak precyzji,

używanie ogólnikowych sformułowań. Nikt tak naprawdę nie wie, co znaczy sformułowanie „wz idealny” – taki, który nigdy się nie psuje?, szybki?, bezpieczny?, niezawodny? tani? Nie podano konkretnych parametrów i liczb, poza ceną. Jej podanie wiąże się z manipulacją – informacja jest wybiórcza, pominięto niewygodne fakty (podano cenę najniższą, pominięto najwyższą).

*Chevrolet
idealny wóz
użytkowy*

For info: www.automobilja.pl

CD Zb. 7640

LILPOP, RAU, LOEWENSTEIN S.A.

MATURALNYM

Podsumowanie

W tej reklamie zastosowano manipulację zarówno na poziomie językowym, jak i pozajęzykowym.

Opisane mechanizmy są stosowane we współczesnych reklamach. Zwłaszcza powiązanie reklam samochodów ze sferą erotyczną czy rodzinną jest zabiegiem stosowanym przez współczesnych twórców reklam. Dziś również stosuje się w reklamach słownictwo wartościujące, ogólniki, które domagałyby się definicji i zwięźle upraszczające slogany.

O co może zapytać komisja w rozmowie ze zdającym?

1. Jakie funkcje języka realizuje powyższa reklama?

Reklama realizuje przede wszystkim funkcję impresywną, nakłania do pewnego działania, jakim jest kupno samochodu marki Chevrolet. Ma również funkcję informatywną, bo informuje o orientacyjnej cenie auta.

2. Czym się różni manipulacja od perswazji?

Zarówno manipulacja, jak i perswazja to działania, które mają na celu wpłynięcie na zachowanie odbiorcy, np. na zakup określonego produktu. Jednak manipulacja, w odróżnieniu od perswazji, działa na podświadomość odbiorcy, odbiorca nie jest świadomy różnych ukrytych celów i intencji nadawcy, może więc podejmować działania sprzeczne z własnymi interesami. W przypadku perswazji cel nadawcy jest jawny, a odbiorca ma możliwość wyboru.

2 Zadanie

➤ *Jakie zabiegi retoryczne zastosował ksiądz Piotr Skarga w tekście kazania? Wskaż je i omów ich funkcje (tekst dostępny na www.cogito.com.pl w zakładce Matura/Studia).*

Przykładowa realizacja tematu

Uwaga:

Pytani o funkcje zabiegów retorycznych czy środków artystycznych – nie podajemy jedynie ich definicji, ale refleksje na temat, po co dane zabiegi czy środki zostały zastosowane.

Wstęp

Ksiądz Piotr Skarga, jezuita, kaznodzieja królewski, jest autorem „Kazań sejmowych”. Zastosował w nich wiele chwytów retorycznych, choć... te kazania podobno nigdy nie zostały wygłoszone, wbrew temu, co namalował na obrazie „Kazanie Skargi” Jan Matejko.

Powyższy fragment kazania mówi o miłości ojczyzny i jej chorobach, czyli wadach Polaków. Zabiegi retoryczne podporządkowano nadrzędnemu celowi: wzniecenia u słuchaczy miłości do ojczyzny.

Rozwinięcie

• Ważnym zabiegiem retorycznym zastosowanym przez Piotra Skargę jest użycie figur retorycznych i innych środków artystycznych.

Jedną z figur jest gradacja, zaliczana do figur słownych, zastosowana w zdaniu „nie tyło domy i familije, ale i królestwa, i monarchije wielkie ustają i upadają” – funkcją tego wyliczenia jest stworzenie sugestywnego obrazu, który przemówi do wyobraźni czytelnika. Zastosowano też

inne wyliczenie: „Pierwsza jest – nieżyłościwość ludzka ku Rzeczypospolitej i chciwość domowego łakomstwa. Druga – niezgody i roztyrki sąsiedzkie. Trzecia – naruszenie religij katolickiej i przysada heretyckiej zarazy. Czwarta – dostojności królewskiej i władze osłabienie. Piąta – prawa niesprawiedliwe. Szósta – grzechy i złości jawne, które się przeciw Panu Bogu podniosły i pomsty od niego wołają”. Służą to porządkowaniu myśli.

- Zastosowaną w kazaniu figurą myśli jest porównanie: „Jako ciała nasze albo wewnętrznymi chorobami, albo powierzchwnymi gwałtownymi przypadkami umierają, tak i królestwa mają swoje domowe choroby, dla których upadać muszą”. Kłopoty królestw, wady narodów zostały zestawione na zasadzie podobieństwa z chorobami ciała. Funkcją tego porównania jest stworzenie plastycznego obrazu, unaocznienie i przybliżenie odbiorcy zjawisk, a konkretnie nieszczęść, które spadły na ojczyznę.
- W tekście kazania zastosowano też inną figurę myśli – apostrofe: „Żaden z was, Przechacni Panowie, nie jest tak prosty, aby nie baczył ciężkiej i wielkiej niemocy tego naszego Królestwa i wewnętrznego a domowego jego zachwiania”. Bezpośredni zwrot do osób służący przykuciu ich uwagi i temu, by odnieśli oni do siebie kierowane przez mówcę słowa, przeżyli je i bardziej przejęli się tekstem kazania.
- Ważną figurę retoryczną jest pytanie retoryczne: „Ale jako się chory bronić ma, który sam na nogach swoich nie stoi?”, pytanie niewymagające odpowiedzi odbiorcy, ma jedynie działać na jego emocje. Wymusza także pauzę w pewnym wywodzie i skłania do refleksji.
- W całym tekście znajdujemy też obrazowe metafory, służące przybliżeniu i uplastycznieniu przedstawianej wizji, np. figura ojczyzny jako matki, nazwanie tych, którzy chcą uleczyć ojczyznę – lekarzami, wad narodu, które ją gnębią chorobami, jej upadku – śmiercią. Nie bez znaczenia jest to, że ta przenośnia działa nie tylko na wyobraźnię, ale i emocje odbiorcy – matka to ktoś najbliższy, najukochańszy, najdroższy. Ojczyzna jest pojęciem abstrakcyjnym, ukazanie jej jako matki, która jest kimś konkretnym, bliskim i drogim może wywołać u odbiorcy pozytywne uczucia, a to było celem księdza Piotra Skargi.

USTNA

Wnioski

Królewski kaznodzieja był skutecznym mówcą, świetnie znał zasady retoryki i umiejętnie je stosował. Ich zastosowanie i funkcjonalność widać w powyższym tekście.

O co może zapytać komisja w rozmowie ze zdającym?

Podaj synonimy słów: retoryka, przemówienie, kazanie.

Retoryka – krasomówstwo

Przemówienie – mowa, oracja

Kazanie – homilia

Fot. pomnik ks. Piotra Skargi w Krakowie



Zapamiętaj terminy

Retoryka – sztuka wygłaszania przemówień.

Figura retoryczna – niezwykle, staranne ukształtowanie wypowiedzi, które nie jest stosowane w codziennej komunikacji, świadczy o kunszcie mówcy, wywołuje efekt estetyczny, brzmieniowy, ale też działa na emocje słuchacza, upiększa wypowiedź i powoduje sugestywność. Przykładami figur retorycznych są apostrofy, pytania retoryczne, hiperbole, gradacja, porównania, metafory, peryfrazy.

Apostrofa – bezpośredni zwrot do osoby lub zjawiska, często działa na emocje, przykuwa uwagę odbiorców, sprawia, że czują, że to do nich adresowany jest tekst.

Gradacja – wyliczenie, którego elementy uszeregowano rosnąco, np. „setki, tysiące, miliony widzów” lub „całe rodziny, narody, rasy”, działa na wyobraźnię i emocje odbiorcy, daje często efekt brzmieniowy.

Pytanie retoryczne – zastosowane w celach stylistycznych, niewymagające odpowiedzi, celem jest przykucie uwagi odbiorcy, skłonienie go do refleksji i zadziałanie na jego emocje, podniesienie temperatury emocjonalnej wypowiedzi.