

Grzegorz A. KLEPARSKI, Barbara KLIMEK

**NIE PYTAJ, KOGO KSZTAŁTUJE WIELKI BRAT,
BO ON KSZTAŁTUJE WŁAŚNIE CIEBIE
KILKA UWAG NA TEMAT SPOŁECZEŃSTWA EPOKI MASS
MEDIÓW**

Współczesny świat charakteryzuje gwałtowny rozwój techniki, który z jednej strony ułatwia życie człowiekowi, lecz nie pozostaje bez wpływu na sposób jego myślenia, wartościowania i działania. Generalnie rzecz biorąc, epokę, w której żyjemy, można nazwać epoką audiowizualną. W literaturze spotykamy często takie określenia, jak: **społeczeństwo epoki informacji, kultura środków społecznego przekazu** czy też **pokolenie mass mediów**.

Pisząc o mass mediach, mamy na myśli środki, za pomocą których kieruje się pewne treści do licznej, ale bardzo zróżnicowanej publiczności za pomocą radia, prasy, telewizji czy Internetu. Z punktu widzenia społecznego pomiędzy komunikujące się osoby wkracza środek techniczny, który staje się częścią procesu komunikowania, kształtując zarówno liczbę, jak i jakość przepływających informacji oraz stosunki między uczestnikami¹. Nowoczesne i wciąż doskonalone środki społecznego przekazu umożliwiają człowiekowi szerzenie cywilizacji i kultury na cały świat i dopuszczanie milionów ludzi do przywilejów, które były przez wieki dostępne tylko dla elit. Współczesna technika otworzyła nowe okna na świat, umożliwiając kontakt ze wszystkim, co dobre, ale również z tym, co złe, w środkach społecznego przekazu.

W formułowanych definicjach szczególnie często podkreśla się kilka istotnych celów społecznego przekazu. I tak na przykład Dembowska (1997:112) definiuje je jako *środki przekazu informacji, dzięki którym w tym samym czasie ta sama informacja może dotrzeć do znaczącej liczby osób [...]*, Okoń (1984:306) zaś twierdzi, iż są to *urządzenia przekazujące określone treści (komunikaty) poprzez kontakty pośrednie*. Jeszcze inną definicję podaje Koblewska (1972): *Środki masowego przekazu, inaczej mass media (ang.), są to instytucje oraz środki komunikowania służące przekazywaniu informacji różnego rodzaju*.

¹ Patrz: Juszczak (1997:15).

Należy do nich: prasa, radio, telewizja, niekiedy zalicza się do nich także filmy, książki o wielkich nakładach, plakaty i płyty. Umożliwiają one względnie równoczesne komunikowanie identycznych treści nieograniczonej ludzkiej zbiorowości. Jest to komunikowanie głównie jednokierunkowe i ma zwykle charakter nieosobisty.

Trudno się nie zgodzić z uwagą Burgosa (1996), który twierdzi, że media nie tylko rozpowszechniają wiadomości, ale nadają im w pewnym sensie byt, gdyż tylko te informacje, które pojawiają się w kręgu mediów, uzyskują faktyczną obecność w społeczeństwie. Ponadto to mass media właśnie tworzą wzorce zachowań, które rządzą faktycznie życiem większości ludzi i ważne wydaje się podkreślenie, że ich siła nie bierze się z przymusu, tylko atrakcyjności wzorców, jakie proponują. Mass media normują zatem w sposób bezpośredni życie ludzkie i bardzo trudno przeciwstawić im inne środki oddziaływania².

Środki społecznego komunikowania służą nie tylko przekazywaniu informacji, ale również promowaniu wartości oraz wychowaniu ku danym wartościom. Jako miejsce wymiany myśli wpływają na postępowanie ludzi i w rzeczywistości kształtują nową kulturę, tworzą liczne i niespodziewane możliwości łączności między ludźmi. Co więcej, mass media stwarzają możliwości poznania, uczenia się, mogą wpływać na prawidłowy rozwój oraz edukację dzieci i młodzieży, zbliżać i integrować rodzinę, jeśli oczywiście są wykorzystane w sposób racjonalny i właściwy. Jednak mogą także być poważnym zagrożeniem nie tylko dla rozwoju osobowości dziecka, ale także dla funkcjonowania rodziny. W dalszej części artykułu nasze uwagi ograniczymy do telewizji jako najpotężniejszego ze współczesnych mass mediów.

Stoimy tutaj na stanowisku, że telewizja sama w sobie jest ani dobra, ani zła, jednak niewątpliwie jest czynnikiem przyspieszonego wyobcowania młodego człowieka. Zaburza proces kształtowania osobowości, który wymaga bezpośredniego kontaktu z rzeczywistością. Dzieje się tak dlatego, bo – jak twierdzi Piaget – dzieci muszą same czynnie **tworzyć znaczenia**, a nie przyjmować ich biernie ze źródeł zewnętrznych³. Oczywiście telewizja może również wpływać na wzbogacenie sfery poznawczej dzieci i młodzieży oraz uczyć pozytywnych zachowań, ale można tutaj zaryzykować twierdzenie, że często nawet programy edukacyjne ćwiczą bierność, a nie uczą posługiwania się myślą i mową. Zauważmy również, że dawniej bajki czy programy dla dzieci przedstawiały pozytywnych, sympatycznych bohaterów i ukazywały dziecku prospołeczne wzorce zachowań. Wskazywały na to, co dobre, co złe, a co najważniejsze – nie zamazywały **granicy między dobrem a złem**. Natomiast dzisiaj na miejsce mądrych bajek osadzonych w realiach młodego człowieka

² Patrz: Burgos (1996:96).

³ Patrz: Andersen i Wilkins (2000:34).

wśród świat, który nie tylko straszy i przeraża, ale również – a może przede wszystkim – w sposób systematyczny rozmywa granice pomiędzy tym, co dobre i złe, oraz tym, co powinno należeć do świata dziecka, a tym, co należy do świata dorosłych. W programach i filmach dla dzieci przeważa agresja (słowna i fizyczna), przemoc (jako sposób na życie), walka (szeroko rozumiana) i zewsząd płynące zagrożenie. Oczywiście wpływa to negatywnie na psychikę młodych ludzi, dla których najważniejsza jest potrzeba bezpieczeństwa. W rezultacie dzieci, które spędzają wiele godzin dziennie na oglądaniu telewizji, nie potrafią ani samodzielnie myśleć, ani wyciągać wniosków, ani odróżnić dobrych wzorców zachowań od wzorców negatywnych⁴. Ważnym zadaniem rodziców jest więc odpowiednio przygotowanie dzieci do odbioru programów telewizyjnych⁵ poprzez rozmowy w czasie wspólnej recepcji w gronie rodzinnym.

Zauważmy, że ze specyfiki telewizji jako środka masowego oddziaływania wynika różnorodność jej zadań. Możemy wyróżnić trzy rodzaje telewizji, to jest: **telewizję rozrywkową, oświatową i użytkową**⁶. Programy nadawane w telewizji pełnią kilka istotnych funkcji. Do najważniejszych z nich Stumska-Białko i Pęcherzewska-Kaczmarek (1990:82–83) zaliczają: 1) informowanie, 2) socjalizację i integrację, 3) zachowanie tradycji i wartości kulturowych oraz wprowadzanie innowacji, 4) funkcje kulturalne i psychologiczne, 5) rządzenie, 6) udział w życiu gospodarczym, 7) oświatę i wychowanie.

Fleming (1963:14) podaje jeszcze inny podział funkcji telewizji. Rozróżnia on bowiem funkcję **rozrywkową, wychowawczą i dydaktyczną**⁷. Oczywiście najbardziej ceniona przez odbiorców (głównie dzieci) jest funkcja rozrywkowa. Głównym źródłem rozrywki jest świat fantazji. Umożliwia on bowiem pewną ucieczkę od męczącej rzeczywistości, nudy i pustki życia i znalezienie się w świecie pełnym uroku, a więc zastępcze zaspokojenie marzeń i pragnień, które nie mogą być zrealizowane w rzeczywistości. Telewizja rozrywkowa zaspokaja także potrzebę zdobywania doświadczenia bez narażania się na ryzyko i skutki nieudanej próby⁸.

Funkcję wychowawczą telewizja winna spełniać przez prezentację różnych wzorów postępowania, wzorów osobowych i poglądów⁹. Wpływ wychowawczy

⁴ Patrz: Czuba (1995:99).

⁵ Jak zauważa Kowalczyk (1993:291), można tego dokonać poprzez: 1) troskę o odpowiedni czas i tematykę wspólnie oglądanych programów, 2) inspirowanie członków rodziny do rozmowy i dyskusji o programie, 3) wyjaśnianie niezrozumiałych terminów i sekwencji, 4) rozmowy rodziców z dziećmi po obejrzeniu programu dotyczące jego oceny, wrażeń, refleksji, 5) wyjaśnienie, tłumaczenie dziecku niezrozumiałych mu kwestii po obejrzeniu programu.

⁶ Patrz: Fleming (1963:14).

⁷ Tamże, s. 110.

⁸ Patrz: Fleming (1963:111).

⁹ Patrz: Stumska-Białko, Pęcherzewska-Kaczmarek (1990:83).

telewizji zależy od typu programów oraz od tego, jaką interpretację sugeruje się odbiorcy i jak temat się pokazuje. Aby telewizja spełniała funkcję wychowawczą, potrzebne jest z jednej strony harmonijne, celowe, oparte na znajomości psychologii, socjologii i pedagogiki oddziaływanie na świadomość odbiorców, a z drugiej – współdziałanie naukowców, nauczycieli i działaczy społecznych w zakresie pełnego wykorzystania całej dostępnej techniki.

Możemy wyróżnić trzy rodzaje oddziaływań, jakie na dzieci i młodzież wywierają środki masowego przekazu, a zwłaszcza telewizja, to jest: wpływ natychmiastowy (bezpośredni), kumulatywny oraz podświadomy¹⁰. Wpływ natychmiastowy jest to bezpośrednie oddziaływanie programu lub filmu na odbiorcę. Wpływ kumulatywny polega na tym, że każdy oglądany program pozostawia w psychice prawie niedostrzegalny ślad, który następnie sumuje się, kumuluje z wpływami z poprzednich programów i powoduje w psychice odbiorcy istotne zmiany jakościowe. Wpływ podświadomy jest zbliżony do kumulatywnego; widz może początkowo odrzucić postawy prezentowane mu w programie, jednak napięcie uczuciowe wywołane przez postawę bohatera utworu długo jeszcze tkwi w odbiorcy.

Opinie dotyczące siły i jakości wpływu telewizji można podzielić na trzy główne grupy. Jedni twierdzą, że wzorce prezentowane w programach telewizyjnych mogą pobudzać odbiorców do naśladowania ich w życiu. Dość częste są opinie, że treści pozytywne wpływają na uszlachetnienie działań, a treści negatywne pokazane na ekranie mogą oddziaływać na odbiorców kataraktycznie. Jeszcze inni uważają, że między treściami przedstawianymi w telewizji a zachowaniem odbiorców nie zachodzi żaden związek. Zdaniem psychologów silniejszy wpływ na opinie i poglądy odbiorców telewizja wywiera wtedy, gdy:

- 1) ten sam temat powtarza się w wielu programach telewizyjnych i filmowych,
- 2) temat jest przedstawiony w formie udratyzowanej, która zwiększa stopień uczuciowego zaangażowania odbiorcy, zwłaszcza wtedy gdy odbiorca może się zidentyfikować z jedną z postaci pokazanych na ekranie,
- 3) gdy odbiorca lubi dany środek przekazu, jest bardziej podatny na działanie pokazywanych przez niego treści,
- 4) inne źródła pobudzenia są słabe, np. gdy odbiorca mało czyta, gdy ma niewiele rozrywek,
- 5) postawy społeczne telewidza nie są jeszcze wyraźnie ukształtowane, gdy odbiorca jest chwiejny i nie umie zająć własnego stanowiska¹¹.

Obecnie w związku z bardzo dużą popularnością telewizji i ogólną jej dostępnością nie ma młodego człowieka, który by z niej nie korzystał. Telewizja ma duży wpływ na proces uczenia i wychowania, gdyż bardzo często telewizor

¹⁰ Patrz: Koblewska (1972:25).

¹¹ Zob. Koblewska (1974:140-141).

jest jedynym towarzyszem dziecka. Wprowadzając dziecko w świat, w życie, telewizja uczy pewnych zachowań, sposobu życia i akceptowania pewnych wartości. Nieuchronnie z oglądanych w telewizji programów młodzi ludzie przejmują system wartości i normy moralne.

Podsumowując, można powiedzieć, że należy bezwzględnie ograniczać dzieciom dostęp do telewizji, kontrolować spektrum oglądanych przez nie programów. Ponadto wskazane jest jak najczęstsze oglądanie telewizji wspólnie z dziećmi, a następnie wyjaśnianie, przedstawianie własnego punktu widzenia, po to aby nie utrwały złych wzorców zachowań. Należy także uczyć dzieci, jak rozładowywać emocje w taki sposób, by nie przyniosło to szkody innym. Należy tak właśnie czynić, bo Wielki Brat spoglądający z ekranów telewizyjnych o różnych porach dnia i nocy nie tylko patrzy na nas, ale również nas kształtuje. Autorów powyższych uwag to nie dotyczy, już nie.

Bibliografia

- Andersen, J., R. Wilkins** 2000. *Żegnaj telewizorku*. Warszawa.
- Braun-Gałkowska, M.** 1997. 'Oddziaływanie obrazów przemocy na psychikę', *Ethos*, 4, 1997.
- Burgos, M.** 1996. 'Rodzina wobec przemian', [w:] *Spoleczeństwo. Studia, prace badawcze, dokumenty z zakresu nauki społecznej Kościoła*, vol. 6, nr 1.
- Czuba, K.** 1995. *Media i władza*, Warszawa.
- Dembowska, M.** 1997. *Słownik terminologiczny informacji naukowej*. Wrocław.
- Fleming, E.** 1963. *Telewizja w nauczaniu i wychowaniu*, Warszawa.
- Izdebka, J.** 1996. *Rodzina – telewizja – dziecko*, Białystok.
- Juszczyk, S.** 1997. 'Interakcja człowieka z mediami', *Nauczyciel i Szkoła*, 1, 1997.
- Koblewska, J.** 1972. *Środki masowego oddziaływania*. Warszawa.
- Koblewska, J.** 1974. *Propaganda i wychowanie*. Warszawa.
- Kowalczyk, D.** 1993. *Telewizja a problemy integracji rodziny*, [w:] *Rodzina – przeszłość – teraźniejszość – przyszłość*, red. A. Tchorzewski. Bydgoszcz.
- Okoń, W.** 1984. *Słownik pedagogiczny*. Warszawa.
- Stumska-Białko, L., N. Pęcherzewska-Kaczmarek** 1990. *Media a wychowanie, Edukacja i Dialog*, 7, 1990, s. 82–83.