

# **WPLYW MASS MEDIÓW NA ROZWÓJ SPOŁECZNO – MORALNY DZIECI**

**EWA KAPŁOŃSKA**

Zanim zacznę rozpatrywać jaki wpływ wywierają mass media na rozwój dziecka, na jego nastawienie do świata, na jego charakter, osobowość chciałbym podać definicję mass mediów. Co to właściwie takiego. Otóż mass media inaczej środki masowego przekazu, środki komunikowania masowego, środki masowej informacji i propagandy to instytucje i urządzenia techniczne, za pomocą których przekazuje się treści informacyjne bardzo licznym i zróżnicowanym odbiorcom. Do środków masowego przekazu zalicza się: wysokonakładową prasę, radio, telewizję, fonografię, filmy, publikacje książkowe i od niedawna Internet.<sup>1</sup> Mass media zaczęły się rozwijać w XIX w. – prasa, ale prawdziwy rozkwit przypada na wiek XX – film, radio, telewizja, Internet. Termin mass media powstał w latach 40., określając masowy charakter produkcji i odbioru, a także jego stereotypowość, schematyzm, łatwą dostępność połączoną ze skłonnością do uproszczeń.<sup>2</sup> Ich wpływ na wszystkie dziedziny życia jest ogromny, pełnią również pożyteczną rolę narzędzi najszerzej edukacji społecznej i kulturalnej. Nie da się ukryć, iż w dzisiejszych czasach mają na nas niezwykle silny wpływ, kształtują nasze postawy, uczą nas, a jednocześnie działają destrukcyjnie.

Jak należy rozumieć pojęcie postawy? Postawa to względnie trwała struktura (lub dyspozycja do pojawiania się takiej struktury) procesów poznawczych, emocjonalnych i tendencji do zachowań, w której wyraża się określony stosunek wobec danego przedmiotu (człowieka, zjawiska itp.).<sup>3</sup> Postawa składa się z:

- elementów poznawczych, które składają się na zasób informacji o przedmiocie postawy
- elementów afektywnych, mających określony kierunek i siłę
- indywidualnego działania nosiciela postawy wobec jej przedmiotu<sup>4</sup>

Niezwykle ważnym wymiarem postawy jest jej znak. Możemy mieć do czynienia z pozytywnym, negatywnym lub neutralnym znakiem postawy.

Postawy społeczno – moralne są kształtowane u dzieci już około 6-7 roku życia.

Kształtuje się ich stosunek do otaczającego świata i wartości moralne, te postawy będą się jeszcze zmieniały zanim przekształcą się w zbiór jednolitych i trwałych postaw, gdyż ten ustala się dopiero w późniejszych okresach rozwojowych, podobnie jak inne aspekty struktury osobowości, jednak to jaki stosunek, nastawienie do świata i moralności zostanie przyjęty przez dziecko ma znaczący wpływ na jego rozwój.

Rozważając efekty mass mediów, powinniśmy być świadomi różnicy między oddziaływaniami zamierzonymi i niezamierzonymi. Zdaniem McGuire'a (1986) główną społeczną funkcją mass mediów jest „wpływać na przekonania, postawy lub zachowania odbiorców w pewnym zamierzonym kierunku” (s.178). Najczęściej w świecie mass mediów mamy do czynienia z efektami zamierzonymi – intencjonalnymi próbami nadawców wpływania na odbiorców w określony sposób. Chociaż istnieje wiele potencjalnych typów zamierzonych efektów, naukowcy zajmujący się komunikacją masową najczęściej badali sześć spośród nich. Najszerzej znane są badania nad reklamą oraz politycznymi kampaniami. Do nich dochodzą badania nad oświadczeniami służb państwowych oraz nad multimedialnymi kampaniami mającymi

<sup>1</sup> Encyklopedia serwisu internetowego Onet.pl

<sup>2</sup> Encyklopedia serwisu internetowego Wirtualna Polska

<sup>3</sup> Stanisław Mika, Psychologia społeczna, Warszawa 1981, s.116

<sup>4</sup> Stanisław Mika, Psychologia społeczna, Warszawa 1981, s.115

na celu zmianę stylu życia, np. przeciw AIDS, paleniu tytoniu, używaniu narkotyków, a także związane z innymi społecznie istotnymi kwestiami. Piąty z zamierzonych efektów został określony jako masowe, jednolite efekty indoktrynacji ideologicznej. Niektóre rządy totalitarne są w stanie kontrolować prawie każdy aspekt mass mediów. Przedstawiciele rządu wierzą, iż kontrolując media, rząd może wymusić na obywatelach lojalność wobec oficjalnej ideologii. Istnieją wreszcie badania nad medialnym upowszechnieniem rytuałów z zakresu kontroli społecznej. Istnieje ogólna zgoda wśród badaczy mediów, że wywierają one – zamierzony czy nie – wpływ na swych odbiorców. Jednakże wpływ ten niewątpliwie różni się w zależności od rodzaju odbiorców. Równie ważne jest to, że wpływ ten może być różny w przypadku jednej i tej samej osoby. Istnieją cztery główne kategorie wpływów, które badacze mediów wielokrotnie analizowali (np. Harris, 1989):

- Behawioralne
- Dotyczące postaw
- Poznawcze
- Fizjologiczne

Dla wielu, zwłaszcza dla tych, którzy podejmują decyzje polityczne, oznaki behawioralne są najpotężniejszym objawem wpływu mass mediów.

Zmianie lub wzmacnianie czyjejs postawy wobec przemocy jest również rodzajem tego wpływu.

Tak samo następstwa poznawcze: poznanie jakiegoś faktu za pośrednictwem mass mediów jest najprostszą formą wpływu poznawczego.

Reakcje emocjonalne, występujące często w towarzystwie pewnych reakcji fizjologicznych:

- Płacz w trakcie smutnych scen
- Wzrost ciśnienia krwi
- Podniecenie i towarzyszące mu fizjologiczne pobudzenie

Z historycznego punktu widzenia przyjmowano kiedyś założenie, że wpływ mass mediów jest tak potężny, iż w sposób automatyczny zmieniają się idee, postawy i zachowania każdego, kto wchodzi z nimi w kontakt. Obecnie wiemy już to, co powinniśmy wiedzieć od samego początku – że ludzkie zachowanie jest sprawą złożoną. W większości przypadków trudno jest zmienić ludzkie postawy i zachowania. Mass media są ważnym, ale tylko jednym ze społecznych oddziaływań na myśli, postawy, emocje i zachowania ludzi. Jednak i w tym przypadku rodzaj efektu jest zróżnicowany.

Nowe postawy, idee, zachowania mogą być formowane przez mass media. Najczęściej jednak przekazy w mass mediach wzmacniają lub umacniają postawy już istniejące, bądź już okrzepłe wzory zachowań. Niekiedy mass media zmieniają postawy, idee i zachowania. U większości ludzi odbiór przekazów mass mediów zmienia postawy i zachowania w bardzo subtelny sposób. W niektórych przypadkach wpływ ten może być jednak dramatyczny.

Mówi się niekiedy, że film, dzięki swojej fotograficznej naturze, wywołuje u widza nastawienie na prawdę, wzbudza w nim wiarę, że to, co ogląda na ekranie jest wiernym, prawdziwym odbiciem rzeczywistości. Mówiąc po prostu, widzowie telewizyjni utożsamiają autentyczność z prawdziwością. Rzeczywistość przemawia do nas

z ekranów w sposób podobny jak rzeczywistość realna i nasze zmysły na reprodukcję tej rzeczywistości reagują podobnie jak na samą realność. Pułapka ta polega na tym, że widowiska filmowe, czy telewizyjne wywołują przekonanie, iż są wiernymi, prawdziwymi zwierciadłami rzeczywistości, a tym czasem tej prawdzie i tej wierności mogą przeczyć. Niebezpieczeństwo polega także na tym, że umiejętność „czytania” odtworzonej technicznie rzeczywistości nie wydaje się tak oczywista i konieczna jak umiejętność czytania pisma. Świadczenie zmysłów, świadectwo tego, co widzimy i słyszymy, wydaje się być wystarczająca.<sup>5</sup> Dzieci szczególnie narażone są na wpadnięcie w tę pułapkę, oglądając telewizję, filmy, często nie przeznaczone dla odbiorców w tak młodym wieku przyjmują za prawdę to co widzą na ekranie. Efekt jest zaskakujący – wystarczy spojrzeć na zdegenerowane społeczeństwo amerykańskie.

Istniejące wokół telewizji przeświadczenie o jej cementującym znaczeniu dla życia rodzinnego, jest – zdaniem wielu badaczy – złudzeniem opartym na błędnej interpretacji psychologii małej, rodzinnej grupy, skupionej przed ekranem. Któryś z autorów porównuje taką zbiorowość do grupy rybaków łowiących w pobliżu siebie ryby: skupienie jest czysto mechaniczne, związane wyłącznie z charakterem środowiska zewnętrznego, sam przebieg czynności dokonuje się w całkowitym odosobnieniu jednostek. Chociaż telewizja skupia w jednym miejscu rodzinę, znajomych, kolegów, to jednak więź między widzami nie ulega z reguły wzmocnieniu przy oglądaniu tego samego programu. Dzieje się tak dlatego, że – według autora – oglądanie programu nie wymaga współdziałania, czynnej postawy, a ma charakter bierny. Ludzie znajdują się wprawdzie we wspólnym pomieszczeniu, nie stanowią jednak w momencie oglądania zintegrowanej całości.<sup>6</sup> Dom rodzinny powinien być dla dziecka głównym źródłem poznania, wychowania, to rodzice mają za zadanie wychować, ukształtować swojego potomnego, jego psychikę, mass media mogą w tym pomagać, być dodatkiem, ale w żadnym wypadku nie powinny zastępować w tej kwestii rodziny. Jednak coraz częściej mamy do czynienia z osobnikami wychowanymi na Cartoon Network, Internecie, itp. Nieunikniony jest w takim przypadku kryzys autorytetu rodziców, kryzys rodziny, o których tak dużo słyszy się w dzisiejszych czasach.

Agresja jest kolejnym ubocznym skutkiem „faszerowania” dzieci informacjami przemawiającymi do nich z ekranu, bądź monitora komputera. Obserwacja aktów agresji sprzyja przypominaniu sobie innych aktów agresji z przeszłości, które są skojarzone z pewnymi emocjami i tendencjami behawioralnymi, mają zatem zdolność do ich aktywizacji. Przypominanie sobie lub obserwacja aktów agresji truje więc dostęp pamięciowy do tych sieci skojarzeniowych, które leżą u podłoża reagowania agresją na prowokację. W konsekwencji obserwacja cudzej agresji ułatwia własną agresję w reakcji na prowokację, a także występowanie związanych z tym myśli i doznań emocjonalnych (Berkowitz, 1984).

Eksperymenty – zarówno naturalne, jak i laboratoryjne – wykazały, że obserwacja cudzej agresji w mass mediach prowadzi do wzrostu agresji w zachowaniu odbiorców (Friedrich-Cofer i Huston, 1986; Geen i Thomas, 1986). Siła tego związku zależy od szeregu zmiennych. Jest on silniejszy, gdy: widzowi przekonani są o realistycznym, a

---

<sup>5</sup> Aleksander Kumor, *Telewizja*, Warszawa 1973, s.351

<sup>6</sup> Adam Ziemilski, *O genezie i perspektywach „kultury telewizyjnej”*, Warszawa 1956, tom I, s.11

nie fikcyjnym charakterze obserwowanej agresji; identyfikują się z agresorem; agresja jest przedstawiona jako wyraz chęci rewanżu, a nie jako instrument realizacji innych celów; agresja jest przedstawiona jako usprawiedliwiona w danym kontekście. Jednak obserwacja agresora ukaranego za agresję prowadzi nie do wzrostu, lecz do zahamowania agresji u odbiorców (Geen, 1990, rozdz, 4). Agresja jest kolejnym negatywem środków masowego przekazu, nie da się ukryć, że to przez nie dzieci są tak agresywne, zaborcze, czasami brutalne. Na efekty nie musimy długo czekać – w Ameryce kilkakrotnie już doszło do zabójstw w szkole, tylko po to aby rozładować swoją agresję, żeby móc użyć przemocy, żeby być silniejszym.

Istotnym problemem mass mediów jest pornografia, występująca głównie w telewizji i prasie. Powoduje ona często wypaczenie obrazu miłości, prawdziwej miłości. Dzieci, szczególnie chłopcy pod wpływem scen zawierających akty płciowe stwarzają sobie wizerunek kobiety, dziewczyny – przedmiotu, narzędzia, przejawia się to często w braku szacunku dla płci przeciwnej, na dokuczaniu i poczuciu swojej wyższości. Ważnym aspektem jest też niejako przejmowanie pewnych zachowań od mężczyzn występujących w filmie pornograficznym, naśladowanie ich, chęć dominacji, bycia tym silniejszym, brutalniejszym.

Telewizja jest współcześnie jednym z najważniejszych narzędzi oświaty i wychowania najszerzych mas, jest ona także narzędziem w zakresie wychowania estetycznego. Bez przesady można stwierdzić, a potwierdzają to badania socjologiczne, że dla wielu ludzi, może nawet dla większości, telewizja stworzyła po raz pierwszy szansę obcowania z takimi dobrami kultury, z jakimi nigdy nie zetknęliby się w ciągu całego życia. Wystarczy przytoczyć najczęściej podawany, ale bynajmniej nie jedyny, przykład rewolucyjnej oświatowej misji telewizji: uprzystępnianie za pomocą małego ekranu odbiorcy wiejskiemu skarbów dramatu światowego, i to w ich najlepszym kształcie i w najlepszym wykonaniu.<sup>7</sup> Nie da się zaprzeczyć, że mass media dają nam ogromną możliwość poznawania świata, obcowania z nim, uczenia się. Dla dzieci to właśnie telewizja jest ulubionym, najbardziej preferowanym środkiem przekazu ze względu na to iż w okresie dziecięcy nasza pamięć, psychika jest bardzo plastyczna, obrazowa. Oglądając telewizję, oczywiście w umiarkowanym okresie czasu dzieci mają szansę poszerzenia swoich horyzontów myślowych, zdobycia informacji na temat otaczającego je świata za pomocą programów edukacyjnych, czy filmów dokumentalnych, poznawania sztuki, poprzez różnego rodzaju widowiska telewizyjne, czy też po prostu zdobycie aktualnych informacji na temat obecnej sytuacji w kraju i zagranicą, dzięki programom informacyjnym. Telewizja dzięki zdolności pokonywania przestrzeni (widzenie na odległość) i dzięki zdolności powielania obrazów w teoretycznie nieograniczonej ilości, jest – często, niestety, tylko potencjalnie – najpotężniejszym i najbardziej wielostronnym obecnie narzędziem w rękach tych, którzy wychowują społecznie, moralnie i estetycznie dzieci. Mały ekran jest często jedynym sposobem dotarcia ze sztuką do mieszkań ludzi, którzy by się z nią w inny sposób nie zetknęli.

Sprawą oczywistą jest, że mass media udostępniają nam dużą dawkę rozrywki i humoru. Istnieje wiele programów telewizyjnych, działów w prasie, czy audycji w radiu, które pozwalają się oderwać na chwilę, pośmiać, zapomnieć o problemach. To

---

<sup>7</sup> Aleksander Kumor, Telewizja, Warszawa 1973

pozytywny wymiar środków masowego przekazu. Dzieci potrzebują dużo rozrywki i urozmaicenia, ażeby się nie nudziły, tak więc czy to przez telewizję, czy przez prasę bądź radio mogą zaspokoić głód rozrywki, żartu.

Ważnym elementem w działaniu mass mediów jest ich niewątpliwa szybkość. Kiedy rano wydarzy się coś ważnego, na pewno usłyszymy o tym w popołudniowym wydaniu serwisu informacyjnego. To pozwala na orientowanie się w aktualnej sytuacji na świecie. Daje nam to również możliwość zaplanowania sobie dnia, bo możemy np. dowiedzieć się jaka będzie jutro pogoda.

Jak nietrudno zauważyć wpływ mass mediów może być różny: pozytywny, negatywny, ewentualnie obojętny. Nie można powiedzieć, że środki masowego przekazu są tylko złe, bądź wyłącznie dobre dla psychiki małego dziecka. Istnieje wiele negatywów ich działań. Między innymi zamykanie się dzieci w sobie, nieumiejętność kontaktu z innymi ludźmi, agresja i przemoc, kryzys autorytetu rodzica. Często dzieci zamiast brać przykład z ojca lub matki utożsamiają się raczej z Supermenem, Batmanem, czy innymi bohaterami z telewizyjnych programów. Psychika małego dziecka często narażona jest na wypaczenie, uszkodzenie przez oglądanie scen brutalnych, erotycznych. To pewne, że dzisiaj zbyt dużo czasu maluchy poświęcają na oglądanie telewizji, bądź „buszowanie” po Internecie – prowadzi to do zarówno uszkodzeń fizycznych (coraz częstsze skrzywienie kręgosłupa, otyłość) jak i „upośledzenia” psychicznego – dzieci są często przyzwyczajone do pojmowania świata takim jakim jest przedstawiony w filmie, często przesadzony, przejawskrawiony, fantastyczny, wyimaginowany.

Jednak istnieje także spora liczba cech mass mediów, które pomagają w kształtowaniu się odpowiednich postaw społeczno – moralnych dziecka. Są to wszelkie użyteczne informacje, w które środki masowego przekazu obfitują. Są to również programy edukacyjne i filmy dokumentalne, pozwalające na poznanie świata bez wychodzenia z domu (to idealny układ dla młodego widza, czytelnika, słuchacza). Mass media zapoznają też ze sztuką, teraz obcowanie ze sztuką, z kulturą nie jest tylko domeną najbogatszych, każdy może we własnym domu zbliżyć się do zagadnień artystycznych właśnie dzięki środkom komunikowania masowego. Dzieciaki mogą łatwo, bez wielkich trudności poszerzać swoje zainteresowania, mogą kształcić się dzięki telewizji, jednak wszystko w granicach rozsądku.

Dzisiejsze dziecko zbyt dużo czasu poświęca na komputery, telewizję, zamiast grać w piłkę często wpatruje się przez kilka godzin bezmyślnie w ekran telewizora. Bardzo przykrym faktem jest również zanikanie umiejętności czytelniczych, dzieci nie czytają już książek, mają filmy, wszystko podane na tacy, gotowe do konsumpcji. Pytanie tylko do czego nas taka wygoda zaprowadzi...

## **BIBLIOGRAFIA:**

Cialdini Robert, Wywieranie wpływu na ludzi, Gdańsk 1996

Kumor Aleksander, Telewizja – teoria, percepcja, wychowanie, Warszawa 1973

Mika Stanisław, Psychologia społeczna, Warszawa 1981

Mrozowski A., Między manipulacją a poznaniem. Człowiek w świecie mass mediów, Warszawa 1991

