

Wpływ mass mediów na bariery w komunikacji interpersonalnej

Bogumiła Barańska

Upowszechnienie telewizji zrewolucjonizowało życie współczesnego człowieka. Stała się ona ważnym źródłem informacji, narzędziem kształtowania postaw i zainteresowań, sposobem na spędzanie wolnego czasu oraz nowych sposobów porozumiewania. Telewizja wkroczyła do codziennego życia milionów ludzi i zajmuje w nim ważne miejsce. Telewizja dostarcza szeregu wrażeń, wzruszeń, przeżyć natury intelektualnej i emocjonalnej, zbliża świat, kształtuje wyobraźnię i postawy społeczno-moralne. Wpływ taki staje się możliwy dzięki zasadzie wszechstronności stosowanej w doborze treści i bogactwie form przekazywania treści. Uczy nowych kodów komunikacyjnych. Nazywa nieznane zjawiska, dokonuje selekcji wiedzy, podając ją jako lekko strawną papkę. Równocześnie telewizja, jako najbardziej popularny środek masowego przekazu, wywiera niemały wpływ na: psychikę, rozwój intelektualny i moralny, postawy i zachowania dzieci i młodzieży. Przyspiesza on procesy dojrzewania umysłowego, wzbogaca wiedzę o świecie i życiu. Ogromna potęga telewizji cieszy, ale równocześnie zmusza do szeregu refleksji. Każe zastanowić się w jaki sposób wpływa ona kształtowanie wzorów i norm społecznych. Jaki wywiera wpływ na kształtowanie określonych modeli komunikowania się, postępowania i zachowania się w społeczeństwie.

Upowszechnienie dostępu do mediów zrewolucjonizowało życie współczesnego człowieka. Stały się one ważnym źródłem informacji, narzędziem kształtowania postaw i zainteresowań. Zwłaszcza telewizja wkroczyła do codziennego życia milionów ludzi i zajmuje w nim ważne miejsce. Dzieci od najmłodszych lat stykają się z przesuwającymi się na szklanym ekranie obrazami. Obrazy te mają wpływ na rozwój różnych sfer ich osobowości. Telewizja dostarcza szeregu wrażeń, wzruszeń, przeżyć natury intelektualnej i emocjonalnej, zbliża świat, kształtuje wyobraźnię i postawy społeczno – moralne. Wpływ taki staje się możliwy dzięki zasadzie wszechstronności stosowanej w doborze treści i bogactwie form przekazywania treści.

Telewizja może również, przez niewłaściwe wykorzystanie, przyczynić się do wykształcenia negatywnych i destruktywnych zachowań i wzorów społecznych.

Zarówno sama problematyka wpływu środków masowego oddziaływania jest bardzo złożona, jak również wieloznaczna jest nazwa „wpływ”. Sama definicja po-

jęcia „wpływu”, a zwłaszcza wpływu telewizji wskazuje, że ma ona bardzo szeroki zakres znaczeniowy, oznacza bowiem przede wszystkim długotrwały proces przejawiający się w szeregu, nieraz trudno uchwytnych zmian w różnych sferach osobowości ludzkiej [19: s. 765]. Zmiany te występują w poglądach i postawach odbiorcy, w kształtowaniu się norm i ocen moralnych oraz estetycznych, smaku estetycznego, w akceptacji jednych wartości i odrzucaniu innych, w tworzeniu się własnego obrazu świata i ludzi.

Szereg psychologów ogranicza jednak znaczenie nazwy „wpływ” do bezpośredniego, natychmiastowego skutku, rezultatu, jaki dokonuje się w psychice odbiorcy wskutek obejrzenia konkretnego filmu lub programu TV. W tym rozumieniu nazwa „wpływ” znaczy tyle co „bezpośrednia reakcja na bodziec” [1].

Psychologiem, który obszernie omawia rodzaje wpływu, jaki na dzieci i młodzież wywiera telewizja, jest Hilda Himmewit. Podsumowując wyniki swych badań na Międzynarodowej Konferencji UNESCO w Gauting w 1962 roku, Himmewit wymieniła trzy rodzaje wpływu, jaki na uczniów wywierają środki masowego oddziaływania. Są to:

- wpływ natychmiastowy, czyli bezpośredni,
- wpływ kumulatywny,
- wpływ podświadomy.

Rozgraniczenie to ma istotne znaczenie dla rozumienia istoty i różnorodności wpływu, jaki na kształtowanie się postaw i poglądów uczniów wywiera telewizja.

Już samo oglądanie telewizji jest skutkiem telewizji. Jest to szczególnie prawdziwe w odniesieniu do dzieci i młodzieży, gdzie potrzeba fizycznego ruchu jest silnie odczuwalna, podobnie jak potrzeba kontaktów towarzyskich (pozarodzinnych). Mimo to telewizja wypełnia sporą część czasu młodocianych odbiorców.

Badania te próbują odpowiedzieć na pytania o bariery komunikacyjne tworzone przez TV poprzez wpływ telewizji na dziecko oraz telewizja jako środek do rozwoju osobowościowego dzieci. Tego typu badania najwcześniej podjęto w Anglii i USA, a więc tam, gdzie telewizja upowszechniła się najszybciej.

Pierwszą próbą „rozjaśnienia mroków niewiedzy” w dziedzinie wpływu telewizji na dziecko stanowiły badania przeprowadzone w Anglii w latach 1954–1957 przez H. Himmewit, A. Oppenheim i V. Pamela. Owocem tych badań stała się książka wydana w 1958 roku w Londynie pt. *Television and Child (Telewizja i dziecko)*. Wpływ telewizji zależy od wielu czynników, przede wszystkim jednak: od ilości oglądanych widowisk i od czasu poświęconego na ich oglądanie oraz od treści przedstawianych w widowiskach [11]. Takie sformułowanie wskazuje na czynniki, które determinują wpływ telewizji. Są to czynniki zewnętrzne i obiektywne. Wskazują na to, iż telewizja jest względnie czynna, a dzieci względnie bierne.

Również w Polsce, gdzie od kilkunastu lat trwa masowy odbiór programów telewizyjnych, zagadnienie, jak telewizja oddziałuje na uczniów stało się bardzo aktualne. Wyrazem powszechnie występującego zainteresowania tym problemem są ukazujące się artykuły w prasie i czasopismach oraz publikacje książkowe.

Edward Fleming tak pisze o wpływie telewizji na dzieci: „Treści audycji kształtują świadomość dziecka, wywołują zmiany w jego zasobie wiedzy, wzbogacają jego życie uczuciowe, wzmacniają lub osłabiają w nim pewne dążenia i postawy. Z drugiej strony przebieg tych procesów oraz ich skutki zależą w pewnym stopniu od wiadomości dziecka, od stopnia jego rozwoju intelektualnego, moralnego i estetycznego, a więc od jego zainteresowań i wiedzy, od postawy wobec świata i ludzi, od rozumienia wartości” [2: s. 12].

Na uwagę zasługują poglądy Jadwigi Komorowskiej, która uważa, że „telewizja ani nie szkodzi, ani sama pomocy wychowawczej nie niesie – działa jedynie jak katalizator w chemii, wywołuje i wzmacnia to, co bezpośrednio środowisko zaszczepi. Telewizja nie ogranicza całkowicie aktywności umysłowej dziecka, gdyż patrząc i słuchając także myśli ono i przewiduje; w organizowaniu wolnego czasu dziecka telewizja nie może stać się jedyną kulturalną rozrywką, gdyż niezbędne są inne formy aktywności” [15: s. 7].

Niewątpliwie jednak ten, najbardziej chyba popularny środek masowego przekazu, wywiera niemały wpływ na psychikę, rozwój intelektualny i moralny, postawy i zachowania dzieci i młodzieży. Przyspiesza on procesy dojrzewania umysłowego, wzbogaca wiedzę o świecie i życiu. Jeżeli uczniowie oglądają programy dla nich przeznaczone, to można stwierdzić, że wpływ telewizji jest dodatni. Jeżeli natomiast młodzież ogląda filmy nie odpowiadające poziomowi jej intelektualnego i moralnego rozwoju, to oddziaływanie może być negatywne.

Głębokie przeżycia emocjonalne wywołują określone reakcje, pobudzają do działania. Jeśli chodzi o dzieci, to silne przeżycia emocjonalne nie wystarczają, aby widowiska telewizyjne spełniały pozytywne funkcje wychowawcze. Nagromadzone emocje muszą zostać odpowiednio ukierunkowane [2: s. 110–116].

Z telewizji młodzi ludzie przyjmują zwyczaje, obyczaje i wzory zachowania się, które dostosowują do norm obowiązujących w grupie rówieśniczej. Naśladują ulubionych bohaterów w sposobie ubierania się, bycia, w reakcjach uczuciowych, postawach społecznych.

Niewątpliwie telewizja wywiera wpływ na rozwój intelektualny i moralny dzieci, przyspiesza procesy dojrzewania umysłowego, wzbogaca wiedzę o świecie i życiu. Telewizja podporządkowała sobie strukturę dnia dziecka wprowadzając trwale zmiany w jego organizację, m.in. poprzez redukcję czasu na naukę, pracę, wypoczynek czynny, konsekwencją czego jest zaniedbywanie przez dzieci nauki szkolnej w domu, skracanie czasu na jej wykonanie, odrabianie szkolnych prac domowych w pośpiechu, „bo zaraz idzie dobry program w telewizji”. Niepokojące jest także to, że prawie połowa dzieci ogląda telewizję podczas odrabiania lekcji, co z pewnością nie pozostaje bez wpływu na wykonanie zadań. Telewizja niszczy zdolność dziecka do samodzielnego myślenia, upośledza rozwój mózgowia, zachęca do myślowego lenistwa, osłabia zdolności językowe i wyobraźnię dziecka. „Telewizyjne” dzieci z czasem nie potrafią się same bawić, brak im nowych pomysłów, telewizja nie zostawia miejsca dla dziecięcej wyobraźni. Nadmierne oglądanie telewizji może zahamować za-

interesowanie dzieci książkami, powoduje, że mają one gorzej wykształconą umiejętność czytania, kłopoty z ortografią, na lekcjach stają się bierne i nie potrafią się skoncentrować.

Niektórzy psychologowie i psychiatrzy zwracają uwagę na to, że dzieci i młodzież mogą uczyć się z filmów i programów TV wypaczonej prawdy o życiu, a zwłaszcza różnych form aspołecznego postępowania. Obawiają się oni, że te wyuczone formy negatywnego postępowania mogą wejść w zakres doświadczeń życiowych dziecka lub nastolatka, a nawet zachęcić do naśladowania.

Telewizja, prezentując negatywne strony życia, może chłopcu lub dziewczynie, już zdecydowanym na popełnienie przestępstwa, dostarczyć wiadomości na temat sposobów i środków jego wykonania. Może też stać się impulsem powodującym, że pragnienia zmieniają się w czyny. Aczkolwiek wyniki badań nie wskazują na to, aby środki masowego oddziaływania mogły stać się bezpośrednią prowokacją dla zbrodniczych czynów, to istnieje wiele dowodów na to, że dzieci agresywne z usposobienia ze szczególnym upodobaniem oglądają programy o dużym ładunku okrucieństwa. Dzięki nim bowiem dziecko wzrastające w sytuacji konfliktowej, zaniedbane wychowawczo czy osamotnione, uczy się akceptować świat okrucieństwa i gwałtów, zaczyna tego rodzaju obraz świata traktować jako normalny, zwyczajny.

Niestety często oferowany dzieciom wzór postępowania przyjmuje za podstawę przedmiotowe traktowanie drugiego człowieka. Często powodują silne reakcje strachu i wynikające z nich stany nerwowego napięcia.

Psychologowie od dawna biją na alarm dowodząc, iż stałe ucieczki w nierzeczywisty świat telewizyjnych zdarzeń i emocjonalnego napięcia mogą doprowadzić uczniów do [4: s. 33]:

- trudności w nawiązywaniu kontaktów emocjonalnych z innymi,
- braku umiejętności przyjmowania oceny rówieśników,
- braku umiejętności postrzegania przez dzieci swoich rówieśników jako atrakcyjnych partnerów (towarzyszy zabaw i rozmów),
- nawiązywania jedynie krótkotrwałych i powierzchownych kontaktów.

Z rozważań zawartych w niniejszej pracy wynika, że to, jaki wpływ wywiera telewizja na osobowość uczniów zależy w dużym stopniu od doboru treści programów telewizyjnych, właściwej ich interpretacji oraz ilości czasu poświęconego oglądaniu telewizji.

Telewizja jest wielkim dobrodziejstwem, ale tylko wtedy, gdy:

- mamy do czynienia z rodzinno-domowym uczestnictwem w odbiorze programów,
- rodzice planują wspólnie z dzieckiem czas i porę oglądania telewizji oraz zapewniają mu odpowiednie warunki odbioru programów telewizyjnych,
- młodociany widz ogląda programy przeznaczone dla niego i to programy przygotowane prawidłowo pod względem merytorycznym i artystycznym.

Niewłaściwe wykorzystanie tego środka masowego przekazu może wytworzyć nawyki biernego, bezmyślnego patrzenia na ekran, co spowoduje, iż realne, codzien-

ne życie wyda się młodocianym odbiorcom nudne – w porównaniu do oglądanych na ekranie wyimaginowanych wydarzeń.

Wielka popularność prasy, kina, radia i telewizji od dawna skłaniała do naukowej refleksji i badań nad siłą wpływu i rolą mediów masowych w społeczeństwie. Skoro bowiem zdobywały one tak wielkie audytoria, to wręcz narzucało się pytanie o siłę ich władzy nad opinią publiczną oraz moc kształtowania postaw i zachowań odbiorców. Wpływy mediów są to wszelkie konsekwencje działania mediów, niezależnie od tego, czy były zamierzone, czy też nie. Siła mediów (ich skuteczność) odnosi się do potencjalnej mocy mediów, wywierania kontrolowanego wpływu.

Od początku 1900 roku do końca lat trzydziestych XX wieku panowała powszechna wiara w potęgę oddziaływania mediów, w ich dobroczynne lub zgubne masowe wpływy. Były one uznawane za zdolne do kształtowania masowych opinii i przekonań, zmieniania obyczajów, a nawet zachowań zgodnie z życzeniami tych, którzy je posiadają i kontrolują. Według teorii „magicznego pocisku” [7] przekazy medialne były jak symboliczne pociski uderzające w oczy i uszy jednostek i wywołujące w ich umysłach i zachowaniach podobne efekty: bezpośrednie, natychmiastowe, jednakowe, a przez to silne.

Dostrzega się siłę mediów i siłę odbiorców na płaszczyźnie stałej negocjacji znaczeń. Przyjmując treści podawane przez media, selekcjonujemy wiadomości na te, w które wierzymy i na te, do których odnosimy się sceptycznie.

W okresie niepewności rośnie zależność ludzi od mediów. Środki komunikowania masowego są wtedy źródłem informacji i wskazówek. Są bardziej wpływowe w sferach pozostających poza bezpośrednim doświadczeniem jednostki. Media wykazują większy wpływ, gdy zagrożony jest ład i stabilność społeczna, np. w czasie wojen, w okresie dużego bezrobocia, kryzysu ekonomicznego. W czasie kryzysów rządy oraz elity polityczne częściej wprost odwołują się do pomocy mediów w celu pozyskiwania opinii publicznej. Siła mediów nie jest zatem stała, ale zależy od kontekstu społecznego, który stale się zmienia.

Wiele obrazów i informacji w naszych głowach, jak to ujął Lippman, pochodzi z mediów. Niewielu z nas może myśleć o zdobyciu ważnej informacji bez pomocy mediów. Może wydarzyć się wiele rodzajów skutków komunikowania masowego, jednak bez istnienia jednego generalnego wzoru wpływu lub kierunku oddziaływania. Istnieją jednak praktyczne racje, oparte na wielu doświadczeniach życiowych, gdy media oraz ich klienci zachowywali się i działali tak, jak gdyby wiedzieli jak osiągać zamierzone skutki. A mimo wszystkich tych bezspornych faktów, pozostają wątpliwości co do rzeczywistej siły samych mediów.

Pojęcie „spirali milczenia” pochodzi ze studium nad kształtowaniem opinii publicznej podjętego przez niemiecką uczoną E. Noelle-Neumann [17, 18]. Zwraca ona uwagę, że poglądy jednostki zależą w dużej mierze od postrzeganego przez nią nastawienia (klimatu) opinii dominujących w jej otoczeniu społecznym, a te z kolei w dużej mierze zależą od poglądów prezentowanych w mediach masowych. Ponieważ media są najbardziej dostępnymi środkami oceny dominujących opinii, a więc ich poglądy łatwiej niż inne są wzmacniane przez opinię publiczną.

Noelle-Neumann wskazuje na cztery rodzaje czynników (zmiennych), które należy uwzględnić analizując oddziaływanie na kształtowanie opinii: orientację mass mediów, komunikowanie międzyosobowe i stosunki społeczne, jednostkowe wyrażanie opinii oraz postrzeganie przez jednostki jakie opinie są wyrażane publicznie i dominujące („klimat opinii”). Główne twierdzenia tej teorii są następujące:

1. społeczeństwo grozi społeczną izolacją jednostkom, które wyrażają niekonformistyczne opinie,
2. ludzie obawiają się izolacji,
3. lęk przed izolacją skłania ludzi do oceny nastawienia innych, poznania klimatu opinii,
4. rezultaty tej oceny mają wpływ na poglądy wypowiedziane publicznie, szczególnie na chęć (lub niechęć) otwartego wyrażania opinii.

Mówiąc krótko, teoria opinii publicznej Noelle-Neumann głosi, iż aby uniknąć izolacji społecznej w ważnych kwestiach, jednostki kierują się w swych publicznie wypowiedzanych opiniach tym co sądzą, że dominuje lub zanika w ich otoczeniu społecznym. Ludzie ukrywają swe poglądy, gdy czują, że są w mniejszości, a chętniej mówią to, co sądzą, gdy myślą, że poglądy te podzielane są przez większość. W rezultacie poglądy, które są głośnie zdobywają więcej publicznych zwolenników, a ich alternatywy stają się jeszcze cichsze. Jest to właśnie efekt „spirali milczenia”.

Skutki komunikowania – pisał Gerbner [6: s. 568] – *nie polegają głównie na tym, co oni z nami robią, lecz jak przyczyniają się do tego, co się robi – co jest bardziej podstawowym i znaczącym procesem. To zwierzęta się zachowują, człowiek zaś działa w symbolicznym otoczeniu.*

Boulding wylicza trzy główne sposoby, przez które nowy przekaz zmienia obraz w świadomości odbiorcy:

- dodawanie – najprostszy i najczęstszy sposób zmiany obrazu – polega na włączeniu nowego elementu do istniejącej struktury,
- reorganizacja – zachodzi wówczas, gdy nowy element powoduje zasadniczą zmianę całości, albo części obrazu,
- klaryfikacja – polega na redukowaniu niepewności pewnych aspektów i elementów obrazu, przez ich wzbogacenie i dodatkowe szczegóły, uściślenie itp.

Przekazy masowe oddziałują na kształtowanie świadomości odbiorcy w każdy z wyróżnionych sposobów. Dostarczają bowiem nowych informacji o zdarzeniach, które wykraczają poza krąg jego dotychczasowych doświadczeń i kontaktów. Niektóre z nich pozostają w sprzeczności z wcześniejszymi poglądami, co niekiedy prowadzi do zmiany opinii, a następnie i postawy, a może i zachowania. Wreszcie, poprzez wyjaśnienie pewnych dyskusyjnych spraw, informacje przyczyniają się do modyfikacji, bądź utrwalenia obrazów, uczynienia ich pełniejszymi i adekwatniejszymi.

Rozpatrywany z tej perspektywy wpływ środków komunikowania masowego okazuje się jednocześnie doniosły i skomplikowany. Jednakowe przekazy odbierają bowiem różni ludzie, o różnej strukturze poznawczej, doświadczeniach, możliwo-

ściach działania i w różnych warunkach. Każdy z przekazów, o ile jest odbierany świadomie – wywołuje skomplikowane i na ogół różne procesy percepcyjne (postrzeganie i rozumienie) i recepcyjne (ustosunkowanie i wykorzystanie).

Procesy powiadamiania prowadzą – w dłuższym okresie czasu – do gromadzenia nowych informacji i doświadczeń, a tym samym zmian struktury świadomości. A to ma już zazwyczaj konsekwencje behawioralne. Ponieważ zaś odbiorcy należą do różnych klas społecznych, orientacji czy instytucji, wykonują różne zawody, tworzą różne rzeczy, zmiany te mają znaczenie społeczne, modyfikując przebieg procesów społecznych. Jakkolwiek osobiste doświadczenie, sympatie polityczne, cechy społeczno-demograficzne wpływają na to, do jakiego stopnia ludzie wierzą mediom, telewizji, radiu, prasie, to przecież te doświadczenia i sympatie nie istnieją w otoczeniu wolnym od mediów. Mamy do czynienia ze sprzężeniem wtórnym: świadomość jednostki wpływa na postawę wobec mediów, a media wpływają na świadomość indywidualną i społeczną.

Bibliografia

- [1] Fleming E. 1961: *Przeźrocza, film, telewizja w szkole*. Wyd. PZWS, Warszawa
- [2] Fleming E. 1965: *Telewizja w nauczaniu i wychowaniu*. Nasza Księgarnia, Warszawa
- [3] Fleming E. 1967: *Środki audiowizualne w nauczaniu*. Wyd. PZWS, Warszawa
- [4] Frasunkiewicz 1997: Zakładnicy telewizji. „Wychowawca”, 97, s. 33
- [5] Gajda J. 1977: *Dziecko przed telewizorem*. Instytut Wydawniczy CRZZ, Warszawa
- [6] Gerbner E. 1982: *Chartning the main stream television's contributions to political orientations*. “Journal of Comunication”, vol. 32
- [7] Goban-Klas 1999: *Media i komunikacja masowa*. Wyd. PWN. Warszawa
- [8] Green J. 1999: *Nowa era komunikacji*. Prószyński i S-ka
- [9] Higgins A.P: *Education for Television*. Materiały z Międzynarodowej Konferencji UNESCO. Oslo 1962
- [10] Himmeweit H. 1962: *Społeczny wpływ telewizji*. Referat wygłoszony na Międzynarodowej Konferencji UNESCO w 1962 roku w Gauting
- [11] Himmelweit H., Oppenheim A., Pamela V. 1958: *Television and Child*. London
- [12] Koblewska J. 1965: *Film fabularny w szkole*. Wyd. PZWS, Warszawa
- [13] Koblewska J. 1967: *Szkoła i środki masowego oddziaływania*. Wyd. PZWS, Warszawa
- [14] Koblewska J. 1972: *Środki masowego oddziaływania. Problemy społeczne, wychowawcze i propagandowe*. Instytut Wydawniczy CRZZ, Warszawa
- [15] Komorowska J. 1964: *Telewizja w życiu dzieci i młodzieży*. PWN, Łódź
- [16] Kumor A. 1976: *Telewizja – teoria, percepcja, wychowanie*. PWN, Warszawa
- [17] Noelle-Neumann E. 1974: *The Spiral of Silence. A Theory of Public Opinion*. “Journal of Comunication”, vol. 24
- [18] Noelle-Neumann E. 1991: [w:] B. Bebel-Ostrowska, „Podstawy komunikacji społecznej”, 1999
- [19] Okoń W. 1986: *„Słownik Pedagogiczny*. PWN, Warszawa
- [20] Schramm W. 1961: *Television in the Lives of our Children*. Press Staford

BG AGH