

Ekonomiczny Uniwersytet Dziecięcy



Wpływ mediów masowych na odbiorców

Anna Adamus-Matuszyńska

„Media być może nie zawsze są skuteczne mówiąc ludziom, jak mają myśleć, ale są oszałamiająco skuteczne w mówieniu swoim czytelnikom i słuchaczom o czym mają myśleć.”

Bernard Cohen, 1963

Akademia Ekonomiczna w Katowicach

19 kwietnia 2010 r.

Organizatorzy

Partner strategiczny



NBP
Narodowy Bank Polski

Co będzie przedmiotem naszej analizy?

- Jak korzystać z mediów masowych?
- Czy mogą stanowić zagrożenie dla dziecka i jego rozwoju?
- W jaki sposób wykorzystać pozytywnie media?
- W jaki sposób chronić dziecko przed negatywnym wpływem mediów?

Dlaczego się komunikujemy

- Komunikowanie się jest podstawowym czynnikiem decydującym o funkcjonowaniu i rozwoju człowieka jako istoty społecznej.
- Komunikowanie się jest podstawowym środkiem przekazywania doświadczenia zbiorowego.
- Wielkość kory mózgowej jest zależna od liczby nawiązanych relacji społecznych.

Rodzaje interakcji, czyli jak się komunikujemy

- Komunikowanie bezpośrednie - to interakcja bezpośrednia – wymaga współobecności, uczestnicy są obecni w miejscu interakcji i dzielą czasowy i przestrzenny system odniesienia.
- Komunikowanie pośrednie - to wszelka forma wykorzystująca pośrednie formy przekazu: np. kable telefoniczne i elektryczne, fale elektromagnetyczne, papier (list), itp.
- Quasi interakcja - to stosunki społeczne wytworzone przez środki komunikowania masowego (książki, prasę, telewizję, radio, Internet itp.).

Cechy interakcji

Cechy	Interakcja bezpośrednia	Interakcja pośrednia	Quasi-interakcja pośrednia
Usytuowanie w czasie i przestrzeni	Ten sam czas i przestrzeń	Przedłużone czas i przestrzeń	Przedłużone czas i przestrzeń
Sygnaly symboliczne	Powtarzalność sygnałów	Zawężenie symboli	Zawężenie symboli
Ukierunkowanie działania	Ukierunkowanie na konkretnego odbiorcę	Ukierunkowanie na konkretnego odbiorcę	Ukierunkowanie na niezidentyfikowaną grupę
Dialog/monolog	Dialog	Dialog	Monolog

Cechy interakcji - pośrednie quasi-interakcje

- Przekazy dostępne są dla nieokreślonego grona odbiorców rozrzuconych w przestrzeni i czasie – stąd różnorodność społecznych atrybutów odbioru.
- Odbiór jest zróżnicowany, więc przyswajanie przekazów to trwały i społecznie zróżnicowany proces, zależny od treści odebranego przekazu, dyskursywnej rozbudowy oraz społecznych atrybutów jednostek, które przekazy odbierają.
- Wspólne formy reakcji: podobne reakcje wynikające z dzielenia się informacjami podczas bezpośrednich interakcji (indukowanie,) oraz świadomy dobór środków symbolicznych tzw. „Zamierzone mechanizmy koordynacji reakcji odbiorców” (np. Sitcomy).

Stymulowanie działań ludzi przez medialne obrazy

- Media inicjują i podtrzymują działania zbiorowe.
- Np. Pokazywanie wojen, protestów, walk. (Wojna w Wietnamie po raz pierwszy ujawniła siłę oddziaływania mediów masowych).
- Pomimo więc, że przepływ informacji jest jednokierunkowy, to odbiór pewnych informacji jest bardzo złożony, co powoduje brak przewidywalności reakcji odbiorców.

Konsekwencje rozwoju mediów

- Nowe granice między życiem prywatnym a publicznym.
 - Upublicznienie prywatności. To znaczy rozmowy w telewizji to prywatne rozmowy zaproszonych gości, którzy w imieniu widzów debatuja. Prywatne przyswajanie rozmowy prowadzonej w imieniu widzów. (J. Habermas)
 - Upublicznienie prywatności – „parcie na media”, pokazać się w mediach. (wizerunek medialny)

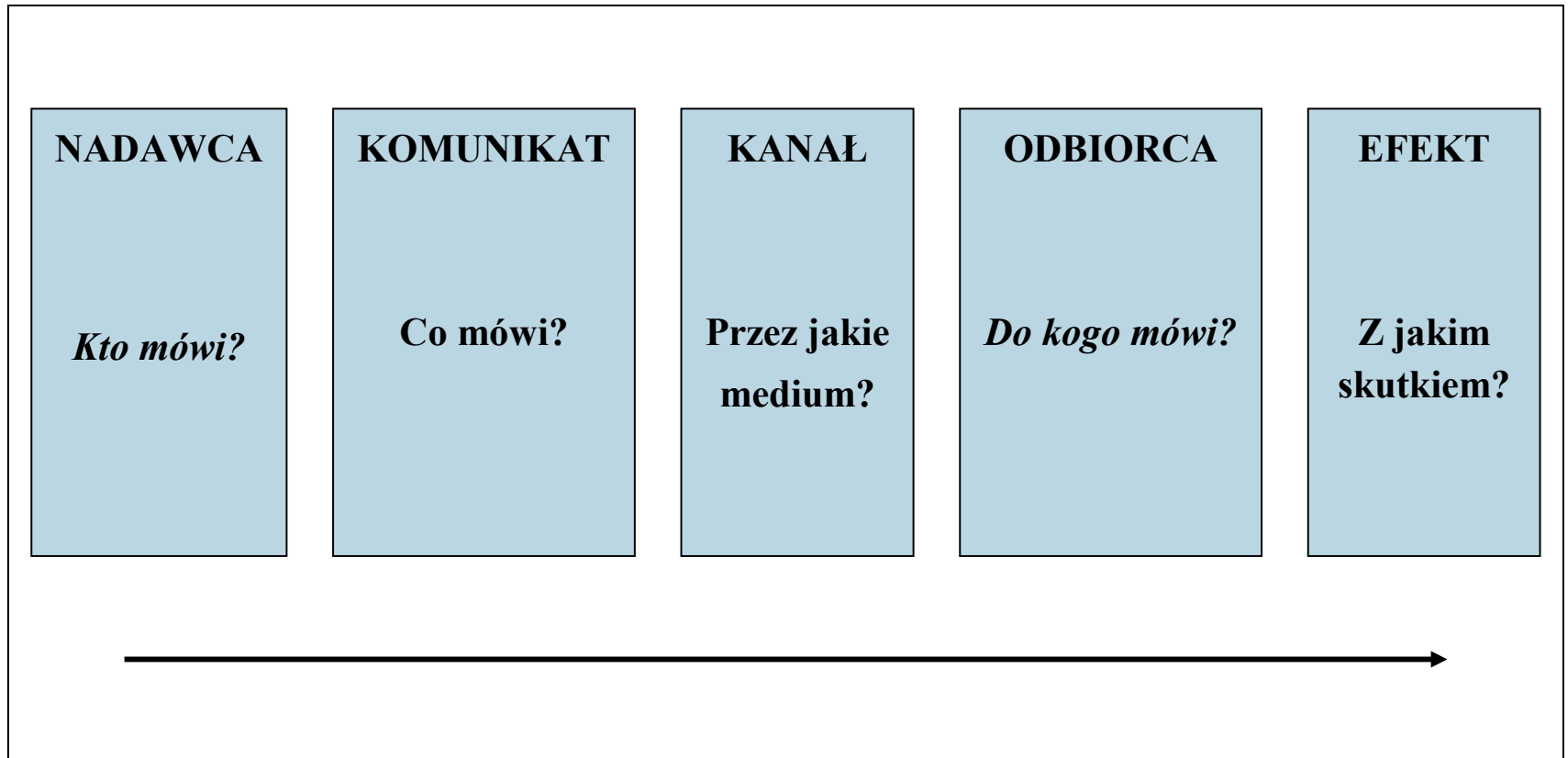
Konsekwencje rozwoju mediów

- Doświadczanie własnego „ja” w mediach:
 - kształtujemy siebie poprzez media (wpływ wartości, ideologii);
 - uzależnienie od systemu mediów; uzależnienie od materiału medialnego, który nie możemy kontrolować;
 - przeładowanie symbolami, treściami w mediach, konieczność dokonywania selekcji;
 - nasze „ja” jest wchłonięte w quasi interakcję. (np. Uczestnictwo w różnych konkursach)

Funkcje mediów

- Są jednym z najpotężniejszych środków rozwoju naszej cywilizacji, bez mediów trudno jest dziś normalnie funkcjonować.
- Pełnią istotne funkcje społeczne : informacyjną, władzy tzw. „czwarta władza”, komunikowania.
- Są źródłem ogromnych pożytków społecznych (szybkość ważnych informacji, zdobywania wiedzy), ale też i wielu zagrożeń (panika, upowszechnianie negatywnych zachowań).
- Ich wpływ ciągle rośnie i jednocześnie jest trudny do określenia.
- Spodziewamy się kulminacji ich znaczenia w społeczeństwie informacyjnym .

Model aktu perswazyjnego Harolda Lasswella (1948)



Na co mają wpływ media?

- Są źródłem informacji, czyli w nich poszukujemy wiedzy.
- Są źródłem naszej tożsamości – w mediach odnajdujemy źródła naszego indywidualnego systemu wartości.
- Są źródłem naszych społecznych interakcji – media umożliwiają społeczne kontakty.
- Są źródłem rozrywki – w nich poszukujemy ucieczki od rzeczywistości, emocjonalnego rozładowania czy pewnych ekscytacji.

Współczesny model działania mediów

- Dzisiaj odbiorcy mediów używają ich w sposób celowy, dążąc do osiągnięcia korzyści wedle własnych oczekiwań .
- Media masowe nie są jedynym źródłem zaspokajania potrzeb i muszą z innymi źródłami (np. interakcjami bezpośrednimi) konkurować.
- Ludzie w większości są świadomi własnych zainteresowań i korzystają z mediów „po swojemu”, tzn. przypisują przekazom własne znaczenia i emocje.
- Odbiorcy dzisiaj nie są pasywnym, bezwolnym obiektem oddziaływania mediów.
- **Współcześnie wpływ mediów na odbiorców zależy przede wszystkim od ich nastawienia do mediów. Media stają instrumentem w rękach aktywnych odbiorców.**

Ale

- Odbiór produktu medialnego wymaga od odbiorcy poświęcenia pewnej uwagi oraz działań interpretacyjnych.
- Różne media wymagają od odbiorców różnego stopnia aktywności
- Jednostka nie jest w stanie całkowicie zapanować na aktami odbioru, aby mogła wyeliminować treści niepożądane.
- Media, poprzez formę przekazywania treści mają moc przyciągania odbiorców.

Funkcje mediów w wychowaniu dziecka

- Funkcja wychowawcza – media budują system wartości i norm (budują jego wewnętrzny system wartości).
- Funkcja edukacyjna – dostarczają wiedzy (determinują jego sposób poznawania świata).
- Funkcja budowania tożsamości dziecka – kształtują jego osobowość (tworzą jego osobowe JA).

Co z tego wynika?

Wnioski pozytywne.

- Media są źródłem informacji najnowszych, najświeższych.
- Media uzupełniają wcześniej nabytą wiedzę.
- Pozwalają wypełnić w pewnym stopniu lukę informacyjną i edukacyjną.
- Efekt perswazyjny wpływa na skuteczność reklamy społecznej, która kształtuje pozytywne postawy, zachowania i nawyki.
- Media zmieniły perspektywę czasu i przestrzeni, dzięki czemu możemy poznać innych ludzi.
- Wzrost poczucia wspólnoty (lokalnej, globalnej).
- Media prowokują rozmowy, zachęcają swoimi tematami do komunikowania się bezpośredniego.

Co z tego wynika?

Wnioski negatywne.

- Informacje zdobyte poprzez media są ulotne.
- Widzimy świat, jaki jest obecny w mediach, a nie taki jaki jest on naprawdę.
- Rutynizacja działań, robimy to, do czego zachęcają nas media.
- Nowe media naruszają naszą intymność, życie prywatne.
- Dziś wzrasta intensywność kontaktów z mediami.
- Media kształtują określoną rzeczywistość społeczną.
- Media ograniczają naszą umiejętność nawiązywania kontaktów z innymi ludźmi.
- Media nie dają nam szansy w ćwiczeniu wysiłku twórczego.
- Często media zwalniają nas z obowiązku własnej aktywności fizycznej, emocjonalnej i poznawczej.

Medialny obraz świata jest:

- Fragmentaryczny,
- Zmienny
- Wykreowany, sztuczny
- Uproszczony
- Postrzegany indywidualnie
- Interaktywny
- Globalny
- Demokratyczny i otwarty.

- ***Współczesne media przypominają czasem narkomana - tak jak on, żeby istnieć, musi pobierać narkotyki, tak one, żeby utrzymać się na rynku, muszą wstrzykiwać w swoje żyły coraz więcej szoku, wstrząsu, horroru.***

» *Ryszard Kapuściński*