



Wpływ mediów masowych na odbiorców dr Andrzej Smolarczyk

Politechnika Białostocka
Wydział Inżynierii Zarządzania
18 czerwca 2020 r.

Organizatorzy



EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIĘCY.PL

1

Środki masowego przekazu

{ - środki społecznego komunikowania o szerokim zasięgu
(mass media, publikatory) }

• książka

• prasa

• plakat

• radio

• telewizja

• film

• billboard

• kino

• Internet



EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIĘCY.PL

2

Funkcje środków masowego przekazu:



- **Informacyjna** - informowanie o aktualnej sytuacji politycznej, społecznej i kulturalnej w otoczeniu lokalnym, w kraju i na świecie.
- **Korelacyjna** - potwierdzanie ustalonych norm i autorytetów. Wyjaśnianie oraz interpretowanie znaczenia i sensów wydarzeń. Socjalizacja społeczeństwa (kształtowanie w społeczeństwie systemu wartości, wiedzy, norm, biegłości językowej, umiejętności społecznych, społecznej wrażliwości, zachowań akceptowalnych w danej społeczności).
- **Kontynuacyjna** - potwierdzanie wartości kultury dominującej w danym społeczeństwie. Utrzymywanie wspólnoty wartości przez podtrzymywanie wspólnego kodu kulturowego.
- **Ludyczna** - rozrywka, zabawa i relaks. Kontrola oraz redukcja napięcia społecznego.
- **Mobilizacyjna** - kampanie polityczne (wybory samorządowe, parlamentarne, prezydenckie, referenda). Kampanie społeczne, ekonomiczne i religijne.

Media masowe - „czwarta władza”



- media masowe są jednym z najważniejszych instrumentów kontroli społecznej, poprzez zarządzanie transmisją informacji,
- są publicznym forum, na którym rozważa się sprawy życia politycznego,
- partycypowanie w świecie mediów masowych staje się kluczem do sławy i zdobycia pozycji celebryty medialnego,
- narzucają społeczeństwu obowiązującą definicję rzeczywistości społecznej,
- są źródłem społecznego systemu znaczeń, obrazów, ocen, wzorców,
- dostarczają rozrywki, kreując gusta odbiorców (kultura masowa),
- stanowią odrębny, znaczący dział gospodarki.

Medialny obraz świata:



- wykreowany
- uproszczony
- subiektywny
- schematyczny
- zglobalizowany
- fragmentaryczny
- efemeryczny i zmienny



EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

5

Oddziaływanie na odbiorcę - efekty krótkotrwałe



- **informacyjne** (mała efektywność z powodu braku powtórzeń).
- **perswazyjne** (kampanie reklamowe)
- **emocjonalne** (wzmocnienie agresji lub katharsis; niekontrolowane zachowania zbiorowe - zamieszki, niepokoje społeczne, panika; stwarzanie zagrożeń - fikcyjnych lub realnych).



EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

6

- kreowanie „porządku spraw”,
- tworzenie „medialnego obrazu świata”,
- uniformizacja odbiorców,
- luka informacyjna,
- społeczne uczenie się agresji (zobojętnienie)
- spirala milczenia.



Funkcje mediów w wychowaniu dzieci:

- **wychowawcza** - media kształtują wewnętrzny system wartości dziecka.
- **edukacyjna** - media determinują sposób poznawania świata. Dostarczają informację i wiedzę.
- **budują tożsamość dziecka** - kształtują osobowość dziecka.



Zagrożenia życia rodzinnego ze strony mediów:



- dezorganizacja życia rodziny,
- dezorganizacja dnia,
- wyręczanie, a nawet zastępowanie rodziców w roli wychowawczej,
- zastępowanie rodzinnych form wykorzystania czasu wolnego,
- zastępowanie uczestniczenia w kulturze wyższej,
- zastępowanie w realizacji funkcji edukacyjnej.



Zagrożenia życia dziecka ze strony mediów:



- uzależnienie od sieci,
- zaburzenia sfery poznawczej osobowości,
- zdrowia dziecka,
- nauki szkolnej,
- sfery emocjonalnej dziecka,
- zniekształcenie obrazu świata,
- zaburzenia kontaktów społecznych,
- kształtowanie tożsamości kulturowej,
- zachowań dziecka.



Postawa rodziców wobec świata medialnego ich dzieci:



- Przejawiać zainteresowanie, w jaki sposób dziecko korzysta z mediów.
- Interesować się światem medialnym dziecka. Znać jego bajki, filmy, książki, gry komputerowe. Współuczestniczyć w tej medialnej i wirtualnej rzeczywistości.
- Ustalić zasady korzystania z mediów w domu - Internet, telewizor, komputer.
- Ustalić z dzieckiem jakie treści dostępne w mediach są zakazane.



EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

11

- Wyznaczać ramy czasowe korzystania z mediów.
- Jak najwięcej rozmawiać. Dawać dziecku swój wolny czas. Korczakowsko - nie wyśmiewać, nie krytykować, nie ośmieszać, nie zawstydzają.
- W rozmowie szanować dziecko, jego odmienne zdanie i poglądy, choćby wydawały się najgłupsze. Dzielić się własnymi doświadczeniami ze światem mediów.
- Podczas posiłków obowiązuje zasada, że odkładamy smartfony i wyłączamy wszystkie urządzenia.
- Podczas odrabiania lekcji wyłączamy wszystkie urządzenia.



EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

12



- Wytłumacz dziecku zagrożenia wynikające z korzystania z sieci.
- Wyjaśnij dziecku problematykę prywatności w sieci.
- Uczyc krytycznego myślenia. Ukazywać „istotę” mediów, ich charakter manipulacyjny i perswazyjny. Wyjaśniać niezrozumiałe kwestie, uczyć dzieci oceny i interpretacji.
- Proponować inne formy spędzania czasu, zachęcając do aktywności fizycznej i intelektualnej.
- Uczyc hierarchii ważności w wyborze rodzajów i jakości mediów. Podrzucać ciekawe książki. Zachęcać do wspólnego oglądania teatru.

Literatura:



- Fortuna P., Obrona przed wpływem telewizji, Lublin 2007.
- Kenrick T. D., Sześć Poziomów wpływu społecznego, Gliwice 2014.
- Nowakowski P. T., Fast food dla mózgu czyli Telewizja i okolice, Tychy 2002.
- Rogala G., O skutecznym wywieraniu wpływu, Warszawa 2007.
- Spitzer M., Cyfrowa Demencja, Słupsk 2015.