

ŚRODKI MASOWEGO PRZEKAZU

„Mass media zawładnęły edukacją współczesnej młodzieży. One tworzą modele życia, lansują wartości, kształtują wrażliwość na sprawy ludzi i przemiany dokonujące się w otoczeniu człowieka, w jego osobowości, spostrzeganiu własnego miejsca i roli”

Te słowa Tadeusza Lewowickiego powinny nas, nauczycieli zmobilizować do bliższego przyjrzenia się różnego rodzaju środkom masowego przekazu i zastanowieniu się, jaki mają wpływ na naszych uczniów, wychowanków, na nasze dzieci a także nas samych.

Ze względu na percepcję dzielimy środki masowego przekazu na:

1. Media wizualne (obraz): książki, prasa, fotografia, plakat, znaczek pocztowy, pocztówka, dyskietka, CD-ROM
2. Media audialne (słowo, dźwięk): radio, kasetka magnetofonowa, płyta kompaktowa
3. Media audiowizualne (obraz, słowo, dźwięk): film, telewizja, kasetka magnetowidowa, CD-ROM, DVD, Internet

Przyjrzyjmy się niektórym z nich z bliska, zwracając uwagę na fakt, iż kulturą masową rządzi zasada wspólnego mianownika, czyli ujednoczenie treści, która musi być zrozumiała zarówno dla półanalfabety jak i dla profesora.

TELEWIZJA

Przeznaczona jest dla szerokiego kręgu odbiorców o różnym poziomie wykształcenia i różnych upodobaniach. Nawet jeżeli chce być „ambitna” i zaprezentować na antenie np. dramaty Szekspira, przedstawia ją w wersji animowanej. Skutkiem tego jest uproszczenie, spłylenie ważnych treści jakie niosą tego typu dzieła.

Miesza rzeczywistość z fikcją. Często po wiadomościach przepelnionych obrazami przemocy, katastrof, nieszczęść, nadawany jest film, w którym śmierć jest „na niby”. W tym momencie, w mózgu widza, szczególnie młodego, nieukształtowanego, zaciera się różnica między fikcją a prawdą. Ponadto wielokrotne powtarzanie tych samych, wstrząsających obrazów powoduje z czasem zubożenie, niewrażliwość na ludzkie nieszczęście – przecież w każdej chwili można telewizor wyłączyć i nieszczęścia nie ma.

Telewizja, to także źródło naszych kompleksów. Najczęściej pojawiający się aktorzy, to młodzi, dobrze zbudowani, wysportowani mężczyźni. Są silni, niepokonani, nigdy nie przegrywają, a ich twarze nie wyrażają żadnych uczuć. A kobiety: oczywiście zawsze piękne, młode, zadbane, elegancko ubrane, uwielbiane przez mężczyzn. My dorośli potrafimy sobie „poradzić” z takimi ideałami, znamy prawdziwe oblicze tych „piękności” po zabiegach chirurgicznych lub cudownych retuszach dokonywanych przez techników komputerowych. Ale jak wytłumaczyć to młodym, jeszcze nieukształtowanym podopiecznym? Wygląd to jeszcze nie wszystko. Bohaterowie, to ludzie nieustraszeni, odważni, bezwzględni, posługujący się bronią bez skrępowań, używający „mocnych słów”, igrający z losem i niestety nie liczący się z innymi.

Najbardziej ulubione przez młodzież (i nie tylko), to ostatnio propagowane programy typu reality show. Ich „bohaterowie”, to także wzory do naśladowania. Odważni (zgłosili się do programu i pokonują wiele przeszkód w dotarciu do celu-zwycięstwa), zawsze weseli (tylko takie ujęcia przecież są pokazywane, inne skrzętnie są wycinane), tolerancyjni (czy w

życiu także?), nie boją się wyzwań – zadań które muszą wykonać (czy na pewno?). Taki obraz również może wpłynąć deprymująco na młodzież, która nie zawsze miałaby odwagę na występ, nawet w apelu szkolnym, ale czy przez to jest mniej wartościowa. Przecież nie każdy może być aktorem, a udział w reality show, to przecież przedstawienie.

RADIO

Kiedyś prekursor mediów, dzisiaj niestety „Kopciuszek” środków masowego przekazu. Nadal dostarcza nam informacji o aktualnych wydarzeniach, umiła dzień muzyką, ale... No właśnie, gdzie podziały się ambitne audycje radiowe, słuchowiska, koncerty, bajki na dobranoc, powieści przez nie przekazywane? Dzisiaj radio to trzy słowa: wiadomości, muzyka, reklama. Popularne, nowe, prywatne stacje radiowe utrzymujące się przeważnie z reklam atakują nas przede wszystkim nimi, a także audycjami przepełnionymi sensacyjnymi nowinkami, skandalami. Zatrudniają młodych, znanych i lubianych dziennikarzy, którzy nawet swoją obecnością w danym programie pozwalają podnieść ilość słuchaczy.

Młody, wkraczający w życie zawodowe (np. radiowca, dziennikarza) człowiek może w tym miejscu zadać sobie pytanie: czy jestem dość dobry, czy sobie poradzę, czy moje ambitne pomysły na audycje znajdą zrozumienie i przede wszystkim słuchaczy?

KSIĄŻKA, PRASA

Tu na początku powinniśmy odpowiedzieć sobie na pytanie: jak często i co czytamy? Od tego bowiem zależy i nasz rynek czytelniczy, który po zbadaniu potrzeb czytelnika, dokonuje wyboru pozycji do druku lub podejmuje tematy bliskie konsumentowi. Popularnością cieszą się różnego rodzaju poradniki np.: „Jak być piękną?”, „Jak zostać człowiekiem sukcesu?”, itp. lub tzw. „czytadła”. Często książkę zastępuje kasetą magnetofonowa lub wideo (po co mam tracić czas na czytanie – obejrzę film oparty na książce, będzie to samo). Coraz rzadziej zaglądamy młodzi ludzie do księgarni, biblioteki i czytelnicy. Częściej niestety do Internetu, który proponuje „gościom”: streszczenia, opracowania lektur, itp.

Prasa nie przeżywa może tak dużego kryzysu, ale popatrzmy na półki z gazetami: pisma komputerowe, erotyczne, komiksy, młodzieżowe z poradami (przyprawiającymi szczególnie mamy nastolatki o ból głowy), no i oczywiście gazety z ploteczkami, skandalami - coś dla starszych. Pisma fachowe, popularnonaukowe wydawane w niewielkich nakładach, muszą zachęcać czytelników do zakupu, często załączają więc prezenty, byle tylko klient kupił dany egzemplarz. Takie są właśnie dzisiejsze realia czytelnicze. My rodzice, nauczyciele musimy ingerować w gusta naszego młodego pokolenia, podsuwać im atrakcyjne ale i ambitne tytuły, czasami wspólnie przeanalizować te, które mają tylko ciekawą szatę graficzną.

INTERNET

Jest to nowe źródło zdobywania informacji, kontaktów z innymi ludźmi, przesyłania danych, dokonywania zakupów. Niestety my pedagodzy musimy dostrzec jego drugą, ciemną stronę i kontrolować to z czego korzystają nasi milusińscy. Pokusy, zagrożenia, jakie niesie za sobą Internet dotyczą głównie osób młodych, kształtujących swój obraz świata w oparciu o zdobywaną wiedzę. No właśnie, jaka ta wiedza internetowa jest? Czy to wiedza, czy raczej zalew informacji, które nie zawsze są prawdziwe. Zbyt duży i szybki napływ danych powoduje to, że mózg traci zdolność racjonalnej selekcji wiadomości. Naszym zadaniem jest więc takie pokierowanie młodymi ludźmi, by potrafili racjonalnie z nich korzystać i bronili się przed manipulacją. Zastosowanie komputera i Internetu w nauczaniu daje bowiem

ogromne możliwości w zakresie gromadzenia, przetwarzania i prezentacji swojej wiedzy. Nie możemy z tego rezygnować, bo staniemy się wrogami swoich dzieci, a nie ich przewodnikami, po wcale nie prostym świecie mediów.

Opracowała: Joanna Fiedorczuk

Bibliografia:

- „Edukacja czytelnicza i medialna” (poradnik dla klas I-III gimnazjum) – T. Sawicka