

KS. PIOTR GRABOWSKI

## **Presja mass mediów na postawy jako wyzwanie dla zwyczajnej praktyki pastoralnej**

### **1. PERSWAZYJNA ROLA MASS MEDIÓW W KSZTAŁTOWANIU POSTAW**

Pojawienie się środków umożliwiających masowe komunikowanie wywołało nieprzewidywalną w skutkach i nadal nie w pełni analizowaną przemianę życia ludzkiego. Skutki dotyczą zarówno poszerzenia możliwości wymiany myśli i dzielenia się dobrami kultury, jak i przemiany relacji społecznych, hierarchii wartości, a wreszcie zauważa się możliwość kształtowania duchowości człowieka, zarówno w wymiarze pozytywnym jak i negatywnym. Kościół, dla którego podstawowym celem jest głoszenie Ewangelii, widzi w nich środek umożliwiający realizację tego zadania oraz zobowiązanie do korzystania z niego<sup>1</sup>. Od samego początku, obserwując skutki sterowania postawami i opiniami człowieka, zauważa się także możliwości destrukcyjnego oddziaływania mediów (medioholizm, siecioholizm czy inne zmiany sięgające wymiaru psychiatrycznego)<sup>2</sup>. Jest to poważny problem, wskazujący, jak bardzo konieczne jest wyraźne określenie etyki twórców przekazu, odpowiedzialne używanie mediów, a nawet terapia wobec osób zniewolonych ich oddziaływaniem. Szczególną cechą sprzyjającą oddziaływaniu mediów jest duża siła perswazji z nimi związana. Dla nauk pastoralnych nie bez znaczenia pozostaje odpowiedź na pytanie: jakie są skutki sterowania postawami przez mass media? Na ile i w czym jest ono szkodliwe dla człowieka i dzieła ewangelizacji? To zaś wymaga oceny samego sterowania oraz sposobów jego zastosowania. Celem tej pracy nie jest tworzenie „czarnej wizji” świata mediów. Możliwości pozytywnego oddziaływania, budowania świata wartości, wykorzystania w dziele ewangelizacji nie podlegają dyskusji. Stanowią jednak tak potężną władzę, że jej oddziaływanie można porównać do nowego żywiołu, odkrytego przez człowieka. Może więc uświadomienie sobie niebezpieczeństw związanych z przekazem masowym będzie

---

<sup>1</sup> Jan Paweł II, *Orędzie na Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu z dnia 19.05.1985*, w: *Kościół a kultura masowa*, (oprac.) F. Adamski, Kraków 1987, s. 394-399.

<sup>2</sup> A. Lepa, *Media a postawy*, Łódź 2002, s. 82-83.

bodźcem do poważniejszego podjęcia wychowywania i samowychowywania do używania tej władzy.

### 1.1. ZAKRES ODDZIAŁYWANIA MASS MEDIÓW<sup>3</sup>

Wpływ środków masowego przekazu można określić jako dwustopniowy. Pierwszy przejawia się w tworzeniu odpowiednich warunków, sprzyjających zmianie postawy. Drugi zaś to konkretne oddziaływanie w kierunku wytworzenia pożądaných przez nadawcę zachowań. Istotą etapu pierwszego jest nacisk, mający na celu restrukturalizację świadomości odbiorcy, jego hierarchii potrzeb i uczuć oraz interakcji osobowych. Działanie to może docierać do niego bezpośrednio przez tworzony w konkretnym przekazie obraz świata, sposób jego opisu (werbalizacji), pobudzanie niektórych uczuć i potrzeb oraz przez absorbowanie całego „obszaru” kontaktu danej osoby. Wpływ pośredni dokonuje się przez tworzenie wzorców nowego typu kultury i społeczeństwa oraz przez czynniki pośredniczące w procesie kształtowania postaw. Do nich należy zaliczyć: predyspozycje jednostki (podatność na perswazję, selektywność i zapamiętywanie), oddziaływanie grup odniesienia oraz innych bliskich osób i przywódców opinii, (którzy to szczególnie warunkują wpływ mass mediów), a także selektywność treści zamierzona przez nadawcę. Oddziaływanie to związane jest z tendencją do wzbudzania przez środki masowego przekazu „zapotrzebowania” na siebie, tworzeniem nawyków odbioru, a następnie z możliwością różnorodnej standaryzacji przekazu (homogenizacja) oraz manipulowania językiem, który jest podstawą struktur poznawczych i wartościujących. Drugi stopień oddziaływania, zmierzający do utworzenia konkretnych postaw, wykorzystuje ogólne prawa zmiany zachowań oraz wypracowane zasady propagandy i manipulacji. Jest modyfikowany jednocześnie przez odbiorcę oraz wspomniane wyżej czynniki pośredniczące. Modyfikacji postaw sprzyja odpowiedni sposób argumentowania (uwzględniający poziom emocji, kolejność prezentacji argumentów, ich dobór oraz stopień rozbieżności z postawami odbiorcy), następnie język oraz ukształtowane (pod względem ułatwienia perswazji) struktury treści i formy (zasady socjotechniczne, metody oparte na analizie treści, itp.). Dla nadawcy ważna jest wiarygodność. Składają się na nią takie cechy, jak: spostrzegane kompetencje, przypisywane mu intencje oraz atrakcyjność postaci. Ostateczny wpływ przekazu modyfikuje odbiorca. Wiek, płeć,

---

<sup>3</sup> P Grabowski, „*Mass media*” jako środek sterowania opiniami i postawami (psychologiczny aspekt propagandy), praca magisterska z psychologii pastoralnej na KUL pod kierunkiem ks. doc. dra hab. Z. Chlewińskiego Lublin 1986, s. 95 nn.

wykształcenie i niektóre cechy osobowości (np. poziom lęku) specyfikują głównie rodzaj treści i argumentacji trafiającej do przekonania oraz krytycyzm podejścia. Inne cechy, jak inteligencja, ekstrawersja-introwersja, struktura postaw już ukształtowanych, ogólna podatność na perswazję oraz stopnie i rodzaj powiązań z grupą i przywódcami opinii, wpływają na wielkość zmian. Ze względu na to, że cechy przekazu, nadawcy i odbiorcy korelują ze sobą w oddziaływaniu mass mediów, uwzględnia się je wszystkie w zależności od tego, kogo i do czego chce się przekonać. Za J. Klapperem należy podkreślić, że zachodzące zmiany postaw nie są jednak wynikiem bezpośredniego działania mediów<sup>4</sup>. Czynniki pośredniczące ukierunkowują ten wpływ jedynie na wzmacnianie już istniejących lub ich przekształcanie zgodne z określonym przez nie kierunkiem. Dopiero przy ich braku (np. sprzeczne presje oddziałujące na odbiorcę, rozluźnienie związków z grupą odniesienia, długotrwałe oddziaływanie na mało ważne dla odbiorcy postawy, zmierzające do nagromadzenia argumentów doprowadzających do konfliktu z ważniejszymi postawami dotychczas istniejącymi, itd.) wpływ jest bezpośredni i właściwie natychmiastowy. Dlatego zauważa się w mediach dążenia mające na celu oddziaływanie na struktury pośredniczące w odbiorze przekazu (manipulacja autorytetami, normami moralnymi, rozbudzanie potrzeb konsumpcyjnych, itd.).

## 1.2. SPECYFIKA ODDZIAŁYWAŃ DESTRUKCYJNYCH

Przemianę w traktowaniu mediów oddaje zmiana motta określającego działania nadawcy. Zamiast: informacja – edukacja – rozrywka, zostało: informacja – manipulacja – zabawianie<sup>5</sup>. Negatywne skutki oddziaływania wynikają z instrumentalnego podejścia do człowieka i otaczającego go świata, gdy totalitarnie neguje podmiotowość i godność osoby oraz samą rzeczywistość jako obiektywne źródło prawdy. Totalitaryzm przejawia się w owładnięciu całością procesu zdobywania doświadczeń przez człowieka i jego kontaktów ze światem. Media stają się źródłem poznania i jednocześnie jego normą. Efekt ten uzyskać można przez monopol przekazu podtrzymany z jednej strony posunięciami natury politycznej czy ekonomicznej, z drugiej zaś poprzez oddziaływania wykorzystujące prawidłowości psychologiczne. Oddziaływania te, nie liczące się z podmiotowością i godnością człowieka, to wszelkiego rodzaju manipulacje, które polegają na takim doborze treści, wartości oraz formy przekazu, że odbiorca traci wewnętrzną wolność. Media zastępują wtedy osobiste

<sup>4</sup> F. Adamski, *Oddziaływanie środków społecznego przekazu*, w: Roczniki Teologiczno-Kanoniczne 25(1978) nr 6 s. 85-91, tutaj s. 90.

<sup>5</sup> T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*, Warszawa-Kraków 2001, s. 303.

doświadczenie, nie zapewniając pełnej prezentacji faktu, częstokroć z przemilczeniem istotnych elementów zdarzenia; przejmują proces pojmowania informacji, kontrolując go przez tworzone mity, stereotypy, uprzedzenia, przesady; odbierają wolność słowa, a zatem możliwość wyboru decyzji, blokując odniesienia do świata wartości; przejmują kontakty międzyludzkie, czyniąc odbiorcę biernym i spełniając wszelkie potrzeby psychiczne tak, aby nie był zdolny do samodzielnych i dojrzałych relacji interpersonalnych. Wiąże się to z restrukturalizacją, a nawet dezintegracją świadomości odbiorcy oraz zniszczeniem świata wartości. Ostatecznie dochodzi do zdeformowania samego zjawiska komunikowania, które ze swej natury jest nie tylko przekazywaniem informacji czy wyrażaniem uczuć, ale przede wszystkim daniem siebie w miłości.<sup>6</sup> W ten sposób ujawnia się „zakorzeniona” w takim oddziaływaniu sprzeczność z duchem Ewangelii, która jest źródłem „cywilizacji miłości”

Analizując skutki sterowania można zauważyć, że wśród stosowanych sposobów kształtowania postaw w mass mediach te, które sprzeciwiają się podmiotowości i godności człowieka bazują na prawidłowościach psychologicznych procesu komunikowania. Związane są one z cybernetycznym podejściem do jednostki i społeczeństwa oraz z wynikającym z tego zastąpieniem wychowania sterowaniem. Znajomość zasad i uwarunkowań sterowania jest pomocna w przywracaniu procesowi komunikowania właściwego oblicza, zaś człowiekowi ułatwia rozwój i kształtowanie postaw w sposób wolny i rozumny. Dla duszpasterza świat mediów nie może być „ziemią nieznaną” Jest on zobowiązany pomóc wiernym we właściwym korzystaniu z bogactwa współczesnej techniki. Kościół jest pozytywnie nastawiony do mediów, choć wymaga odpowiedzialnego ich używania, wskazuje na normy etyczne i moralne, które muszą być zachowane, aby nie doprowadzić do katastrofalnych skutków ich oddziaływania<sup>7</sup> Są to, bowiem: „*«dary Boże», ponieważ w planie Opatrzności są one przeznaczone do jednoczenia ludzi więziami braterstwa, żeby współpracowali w Jego planie zbawienia»*”<sup>8</sup>

---

<sup>6</sup> Instrukcja duszpasterska o przekazie społecznym „Aetatis no vae”, p. 6, AAS 84(1992), s. 447 nn.

<sup>7</sup> P. Kosinski, *Kościół i mass media – zaproszenie do dialogu*, Przegląd Powszechny 1995 nr 5/885, s. 211-228, tutaj s. 211.

<sup>8</sup> Instrukcja pastoralna „Communio et progressio”, p. 2, AAS 63(1971) s. 593-656.

## 2. ANALIZA WYBRANYCH SPOSOBÓW ODDZIAŁYWANIA NA POSTAWY

Sterowaniu w znaczeniu negatywnym sprzyjają zawarte w przekazie elementy perswazji. Także media, jako takie, niosą w sobie mechanizmy zwiększające nacisk oddziaływania nawet nie zamierzony przez twórcę przekazu. Zjawiska te badane były wraz z uświadomieniem sobie możliwości propagandowych i zagrożeń manipulacyjnych przez mass media. W Polsce dotyczyło to najpierw czasów propagandy politycznej w PRL-u. Dzisiaj obserwuje się nasilenie tendencji perswazyjnych przekazów medialnych. Wnioski te wynikają nie tylko z analizy przekazu, ale i relacji nadawca-odbiorca. Środki masowe stają się często narzędziem presji ekonomicznej na odbiorcę, gdy traktowany jest jako potencjalny konsument do zdobycia a nie podmiot komunikacji<sup>9</sup> Obecnie zwraca się uwagę na nowe źródło władzy a stąd i presji w mediach, jaką jest dostęp do źródeł informacji<sup>10</sup>

### 2.1. MOŻNA WSKAZAĆ OGÓLNE PRAWIDŁOWOŚCI ZWIĘKSZAJĄCE SKUTECZNOŚĆ PRZEKAZU PERSWAZYJNEGO

Były one opisywane na przestrzeni XX wieku w różnych środowiskach i szkołach badawczych. Pomimo różnic w założeniach, metodach i koncepcjach, a może właśnie dzięki nim, można pokusić się o określenie ogólnych prawidłowości zwiększających skuteczność przekazu perswazyjnego. Należy wyróżnić przede wszystkim zasady socjotechniczne. Według nich oddziaływanie wzrasta, gdy: zachodzi zgodność treści z doświadczeniem odbiorców, stosowane jest masowe i długotrwałe oddziaływanie, dostarcza się informacji pożądaných, zaś przekazowi towarzyszy pobudzenie emocjonalne i jest on komunikatywny, a wniosek końcowy podany w zależności od możliwości interpretacyjnych odbiorcy. Skuteczność wzrasta też, gdy wywołuje się podświadomy efekt oczywistości danej prawdy oraz gdy stopniuje się rozbieżność przekazu z postawą odbiorcy. Analizując treści przekazu, wyróżnić można jeszcze inne sposoby wspomagające jego efektywność: dodawanie epitetów, przenoszenie autorytetu i prestiżu, piękne ogólniki, powoływanie się na autorytety oraz powszechność danej prawdy w ogóle lub w grupie odbiorcy, a także „naciąganie” faktów i argumentów. Istnieją też specyficzne warunki oddziaływania, które mają zwiększyć podatność odbiorcy na perswazję. W aspekcie zewnętrznym jest to ogólna dezinformacja niszcząca normy

<sup>9</sup> T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe*, s. 151n.

<sup>10</sup> A. Koprowski, *Odpowiedzialność Kościoła w epoce mediów*, w: *Kultura i Media*, oprac. G. Dobroczyński, Warszawa 1997, s. 97-112, tutaj s. 103.

poznawcze odbiorcy. Sfera wewnętrzna to oddziaływanie na podświadomość przez analogię do technik reklamy. Od strony samych środków masowego przekazu to wykorzystanie ich tendencji do rozbijania i dezintegracji społeczności odbiorców.

#### 2.1.1. Teorie zmiany postaw

Mają duży wpływ na świadome budowanie przekazu medialnego. Teorie poznawcze akcentują rolę dostarczanych informacji o przedmiocie postawy oraz związanych z nią uczuć. Koncepcje wynikające z teorii psychoanalitycznych uwypuklają funkcję obrony ego przez postawy. Zmiana może nastąpić przez przyzwalającą katharsis lub interpretację bezpośrednią. Z nimi związane są też procesy ulegania, identyfikacji i internalizacji oraz wykorzystywanie potrzeb psychicznych do kształtowania postaw. Teorie uczenia się akcentują oddziaływanie kary i nagrody oraz wpływ modelu i kontekstu towarzyszącego procesowi uczenia się (powtarzanie treści lub łączenie ich z przyjemnymi bodźcami bezwarunkowymi).

#### 2.1.2. Wspomagające metody oddziaływania

Istnieją sposoby sterowania postawami uwzględniające jednocześnie wiele różnych możliwości oddziaływania związanych nie tylko z samym środkiem przekazu czy też jego treścią. Można oddziaływać także na kontekst warunkujący sam proces komunikowania, tj. środowisko życia odbiorcy i nadawcy.

##### 2.1.2.1. Oddziaływanie zewnętrzne

Dokonuje się przez dezinformację i ma na celu zniszczyć normy poznawcze odbiorców, aby łatwiej było manipulować tworzeniem nowych opinii i postaw. Osiąga się to różnymi sposobami. Pierwszym jest równoczesne rozpowszechnianie sprzecznych norm poznawczych (np. kilku przeciwstawnych teorii naukowych) oraz informacji nieprawdziwych (fałszowanie historii, nauk społecznych itd.). Rodzajem dezinformacji jest tzw. szum informacyjny mający na celu zniekształcenie różnymi sposobami niewygodnej informacji oraz technika informacji równoległej, mającej na celu neutralizowanie informacji niepożądananej<sup>11</sup>. Inny sposób to ukierunkowanie pracy dziennikarzy na drugorzędne problemy społeczeństwa przy jednoczesnym stwarzaniu pozorów, jakoby decyzje polityczne, ekonomiczne, itd. były wyrazem wolnej woli ludzi, a przynajmniej większości. Trzeci sposób to sugerowanie instytutom naukowym i innym środowiskom opiniotwórczym podejmowania tematyki pracochłonnej a dotyczącej mało ważnych problemów. Dzięki temu środek przekazu z nośnika informacji staje się narzędziem formacji. W systemie demokratycznym też jest możliwe totalitarne podejście do mediów i

<sup>11</sup> A L e p a, *Pedagogika mass mediów*, Łódź 1998, s. 167.

społeczeństwa. Rolę cenzury przejmują monopol nadawcy. Może to być przewaga uzyskana przez koncentrację własności mediów. Nie jest to jednak warunek konieczny. Wystarczy, że media stają się przez zależność ekonomiczną kulturalnym orężem środowisk gospodarki rynkowej. Instrumentem presji stają się prawa ekonomiczne, podporządkowujące media reklamodawcom. Odbiorcy pozbawieni są nie tylko kontroli, lecz narażeni zostają na wykorzystanie ich słabości, urojeń, nawyków, by nawet wbrew zasadom moralnym, obyczajowym, wartościom kulturalnym, nie mieli wpływu na przekaz. Istnienie tego stanu podtrzymuje swoisty szantaż wycofania reklam. Ideologia reklamy promuje konsumeryzm, hedonizm i indywidualizm, sprzyjające tworzeniu publiczności, która staje się towarem agencji reklamowych, a nie podmiotem przekazu medialnego<sup>12</sup> Ułatwia to stosowanie takich środków manipulacyjnych, jak: stereotypy, mity, kamuflaż i plotka. Podaje się informacje nieprawdziwe, nieważne lub mało istotne z pominięciem głównych. Informacje bardzo ważne, przekazywane jako „bez znaczenia”, spreparowane są często na życzenie zainteresowanych grup, uwieloznacznione dla utrudnienia zrozumienia czy też podane w nadmiarze, by wywołać chaos prowadzący do dezinformacji<sup>13</sup> Efektem tego jest zatrucie informacyjne, niszczące obraz hierarchii wartości danej rzeczywistości.

#### 2.1.2.2. Oddziaływanie wewnętrzne

Polega na kształtowaniu postaw przez działanie na podświadomość. Wywodzi się z technik reklamy, mających na celu pokonać opór jednostki wobec presji nadawcy i zmniejszyć wpływ grup odniesienia. Jest to o tyle możliwe, że niewielu ludzi zdaje sobie w pełni sprawę z własnych dążeń. Te oddziaływania odwołują się do utajonych pragnień odbiorcy, zwłaszcza poczucia bezpieczeństwa, chęci przystosowania się, akceptacji, realizacji wewnętrznych dążeń i redukcji nie zawsze uświadomionych lęków. Przejawem takiego działania może być przedstawiona wcześniej zasada informacji pożądanej oraz odwoływanie się do emocji np. przez podtrzymywanie istniejących antypatii, wywoływanie stanów lękowych oraz antagonizowanie ludzi. Szczególnie wykorzystuje się ku temu możliwość tzw. myślenia uczuciowego. W przekazie zamiast na fakty zwraca się uwagę na elementy emocjonalne, ale tak dobrane, aby wywołać reakcje „do” lub „od”, bez wejścia w sferę merytoryczną<sup>14</sup> Innym sposobem użycia tej metody jest wykorzystanie odruchów warunkowych na określone słowa i obrazy, np. hasła, slogany, itp. (działania te inspirowane

<sup>12</sup> T Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe*, s. 152.

<sup>13</sup> E Roth, E. Ardel, W. Klimesch, *Zależności między strukturą aktu komunikowania a strukturą postaw odbiorcy*, w: *Przekazy i opinie* 1979, nr 3, s. 177 nn.

<sup>14</sup> K Czuba, *Media i władza*, Warszawa 1995, s. 19 n.

są głębinową koncepcją osobowości Freuda i teorią motywacji). Skutecznym sposobem manipulacji są tytuły prasowe, które jako sloganowe treści zapamiętywane dosyć długo, powodują specyficzne kształtowanie rzeczywistości. Można tak je dobrać, by stały się zlepkiem niepewności, przeinaczeń, pomówień, zarzutów, z którymi trudno polemizować, albowiem kontekst został zapomniany (np.: „księża za kratkami” - artykuł opisujący pracę kapelanów więziennych). Najmocniej manipulacja podświadomością dokonuje się przez działanie w sferze samego języka, zwłaszcza przez zmianę znaczenia słów<sup>15</sup> Metoda ta znana jest wszędzie, gdzie są media i władza. Tak było w terminologii propagandy komunistycznej w PRL-u, podobnie dzieje się w żargonie ideologii indywidualistyczno liberalnej w RP, który stanowi swoistą neonowomowę<sup>16</sup> Jest to bardzo niebezpieczne, nie ingeruje bowiem w samą postawę, lecz jeszcze ją wzmacnia, zmieniając niepostrzeżenie jej przedmiot. Ostatecznie niszczy tożsamość człowieka. Dopomaga temu kamuflaż, osiągany przez częste powtarzanie nawet kłamliwych opinii, co łagodzi opory w ich przyjmowaniu, celowe przemilczanie wybranych składników informacji oraz eliminowanie wszystkich elementów, które mogłyby podważyć jej wiarygodność<sup>17</sup> Np. na spotkaniu zorganizowanym w 1995 r. w Białymstoku przez Stowarzyszenie Ochrony Radiosłuchacza i Telewidza zwrócono uwagę na oddzielanie informacji od moralności przez pomijanie wielu pojęć pozytywnych („czystość”, „przyzwoitość”, itp.) i eksponowanie tych, które, tworząc specyficzną antyfilozofię, rozrywają związki, które ukształtowały kulturę i tradycję polską. Dużą możliwością manipulacyjną mają mity, czyli informacje o faktach i zjawiskach nie mające potwierdzenia w rzeczywistości, lecz podawane za prawdziwe i dążące do utworzenia takiego przekonania i odpowiednich zachowań u odbiorcy. Szczególnym przykładem tego oddziaływania może być system kreowania wroga<sup>18</sup> Kolejnym sposobem oddziaływania na podświadomość jest ingraccja, czyli zwiększanie atrakcyjności samego nadawcy w oczach odbiorcy. Odpowiednie przymilanie się, wkradanie w łaski, ujmowanie sobie innych zmniejsza krytycyzm wobec propagowanych treści<sup>19</sup>. Pomocne jest także powoływanie się na statystykę, dające złudzenie rozumienia

<sup>15</sup> A. Zagrodnikowa, *Słownictwo i frazeologia w publicystyce prasowej w Polsce 1980-1983*, w: *Zeszyty Prasoznawcze* 1986, nr 2, s. 27-38.

<sup>16</sup> K. Czuba, *Media i władza*, s. 15 n.

<sup>17</sup> K. Pisarkowa, *O komunikatywnej funkcji przemilczenia*, w: *Zeszyty Prasoznawcze* 1986 nr 1, s. 25-34.

<sup>18</sup> A. Lepa, *Pedagogika mass mediów*, s. 167 n.

<sup>19</sup> M. Lis Turlejska, *Ingraccja, czyli manipulowanie innymi ludźmi za pomocą zwiększania własnej atrakcyjności*, w: *Osobowość a społeczne zachowanie się ludzi*, red. J. Reykowski, Warszawa 1976, s. 325-363.



rzeczywistości. Rolę manipulatorską mogą spełniać nawet oficjalnie uznane instytucje, badające opinię publiczną. Sam fakt podania liczb działa na podświadomość, ujednolicając postawy i opinie. Informacja komentowana jest tak, aby nie było żadnych wątpliwości, chociaż w krótkim czasie mogą być podawane sprzeczne ze sobą opinie. Podobne zadanie spełnia powoływanie się na telefoniczną opinię publiczną, która może być fikcyjna lub dobierana wybiórczo<sup>20</sup> Całościowe oddziaływanie samego środka przekazu, ewokujące podatność odbiorcy na perswazję, można określić jako działanie mające na celu dezintegrację. Zwrócił na nie uwagę ruch krytyki mass mediów. Polega ono na paraliżującym wpływie tych środków na aktywność i samodzielność myślenia odbiorcy oraz niszczeniu ustrukturalizowanych obrazów świata przez ich wielość, na które odbiorca nie może odreagować, co powoduje znieczulenie (zwłaszcza moralne)<sup>21</sup> Służą do tego zasadniczo dwie metody: fragmentacja oraz natychmiastowość informowania<sup>22</sup> Pierwsza polega na wybiórczym eksponowaniu niektórych informacji jako obrazu całej rzeczywistości. Utrudnia to odbiorcy ogląd świata w pełnym wymiarze. Druga metoda, przez błyskawiczność w przekazywaniu informacji, wzmacnia znaczenie jednych, drugie zaś dezaktualizuje, wprowadzając zamęt informacyjny, ułatwiający manipulację. Konsekwencją tego jest niemożność refleksji nad swoim życiem, co powoduje coraz mniejszy udział świadomości w podejmowaniu decyzji i przyjmowaniu postaw. Sprzyja temu propagowanie przez mass media nastawień konformistycznych. Środki masowego przekazu starają się odbiorcy powiedzieć: „*kim jest, dostarczają mu identyfikacji, mówią mu, kim chce zostać dostarczają mu aspiracji (...), pouczają go, jak ma sobie - wyobrazić, że to wszystko osiągnął, mimo że tak nie jest - czyli dają mu sposób ucieczki od rzeczywistości (...). Jest to forma fikcyjnego świata, który środki masowego przekazu stwarzają i propagują*”<sup>23</sup> Wraz z rozwojem nowych form przekazu, zwłaszcza internetu i innych form telekomunikacji, efekt natychmiastowości w mediach tworzy iluzję odrealniając prawdziwe kontakty między ludźmi, a nawet sam sposób demokratycznego organizowania życia społeczeństwa. Normalność wymaga przecież czasu na tworzenie więzi międzyludzkich czy choćby na dzielenie się swoimi poglądami<sup>24</sup> Mass media mogą mieć też wpływ na rozkład małych grup przez niweczenie naturalnej możliwości swobodnej wymiany myśli i życia prywatnego. Przez to utrudniają wyjście

<sup>20</sup> K. Czuba, *Media i władza*, s. 21 n.

<sup>21</sup> E. Fromm, *Ucieczka od wolności*, Warszawa 1970, s. 236.

<sup>22</sup> H. I. Schiller, *Sternicy świadomości*, Kraków 1976, s. 41-48.

<sup>23</sup> C. W. Mills, *Elita władzy*, Warszawa 1961, s. 412-413.

<sup>24</sup> A. Koprowski, *Odpowiedzialność Kościoła w epoce mediów*, s. 97-

poza granice środowiska odbiorcy. Tworzą sztuczne napięcia i sztucznie je rozładowują. Sprzyja to wytwarzaniu rozbitej i zdeintegrowanej społeczności odbiorców, co, nawet jeśli nie jest wprost zamierzone, występuje w różnych środowiskach i sytuacjach, choć w różnym stopniu i ze skutkiem modyfikowanym przez odbiorcę.

## 2.2. TECHNIKI STEROWANIA

Środki masowego przekazu oprócz ogólnych praw umożliwiających zmiany postaw, stosują techniki oddziaływania uwzględniające środowisko przekazu, treść oraz cechy odbiorcy.

2.2.1. Zasady socjotechniczne skuteczności przekazu bazują na obserwacjach psychologiczno-socjologicznych i cybernetycznym podejściu do społeczeństwa.

2.2.1.1. Zasada koherencji (prawdziwości) polega na zachowaniu zgodności treści przekazu z informacjami i osobistym doświadczeniem odbiorców<sup>25</sup>. W społeczeństwach o silnie rozwiniętych motywacjach poznawczych kłamstwo jest łatwo wykrywalne a przy stosowaniu masowym skuteczność takiego przekazu krótkotrwała. Wykrycie niezgodności prowadzi do powstania efektu bumerangowego oraz psychologicznych barier wobec nadawcy. Przy masowym komunikowaniu przekaz kłamliwy nie może ujawniać nie tylko faktów prawdziwych, ale i ich skutków. Najłatwiej modeluje się w ten sposób postawy odbiorców nie posiadających motywacji poznawczych.

2.2.1.2. Zasada nasilonego działania polega na masowym i długotrwałym oddziaływaniu. Uwzględnia prawidłowość, według której najczęściej akceptowane są te treści, które były podane przez kilka różnych źródeł albo stale i przez dłuższy okres<sup>26</sup>. Takie powtarzanie nie może być jednak monotonne, bo powoduje powstanie bariery psychologicznej i znieczula na postrzegane treści. Tę metodę stosuje się zwykle w sytuacji niezgodności między autorytetami danej dziedziny oraz dla odseparowania odbiorcy od innej propagandy.

2.2.1.3. Zasada informacji pożądanej a próbuje zjawisko wybierania przez odbiorców spośród dostępnych informacji tych, które nie są sprzeczne z ich postawami. Bodźce niepożądane napotykają na barierę psychologiczną. Przekazy perswazyjne podają zwykle najpierw te argumenty, których życzy sobie odbiorca. Ta zasada jest również charakterystyczna dla demagogii. Nadawca wyczuwa pragnienia odbiorcy i

---

<sup>25</sup> A. Lepa, *Świat manipulacji*, Częstochowa 1995, s. 76 n.

<sup>26</sup> Tamże, s. 89 n.

według nich przygotowuje swój przekaz, chcąc zapewnić mu większą skuteczność<sup>27</sup>

2.2.1.4. Zasada emocjonalnego pobudzenia to próba zaspokojenia emocjonalnych potrzeb. Dla uzyskania lepszych efektów dąży się, aby przekaz wytworzył odpowiednią atmosferę uczuciową u odbiorcy<sup>28</sup> W tym celu najłatwiej jest wyzwolić lęk przez ukazywanie makabry, śmierci, pogrzebów, bezsensu życia, itp. U odbiorcy podatnego na działania emocjonalne można wywołać skutki destrukcyjne, frustrację, zwątpienie, uczucia asteniczne, potęgujące bierność i chwiejność, a więc stany, w których najłatwiej przekształcać postawy. Wywołanie lęku służy też do uzyskania zamierzonego efektu bumerangowego, wyrażającego się w umocnieniu postaw już istniejących lub wywołaniu przeciwnych do podanych wprost w przekazie. Efekt wzmożenia uczuć u odbiorcy można uzyskać także przez informacje pozornie bezemocjonalne, np. chłodne przedstawienie sceny morderstwa. Na sferę wrażeń silnie działa podawany w przekazie wzorzec postawy (model lub antymodel), z którym łatwo się utożsamić.

2.2.1.5. Zasada pełnej komunikatywności opiera się na oczywistym założeniu, że przekaz musi być zrozumiały dla odbiorcy i dostosowany do jego poziomu kulturowego<sup>29</sup> Służy temu homogenizacja i inne pokrewne metody standaryzacji.

2.2.1.5.1. Homogenizację można określić ogólnie jako utratę dystansu w stosunkach społecznych i dziedzinach kultury. W środkach masowego przekazu jest to zabieg gruntownego pomieszania elementów różnego poziomu kultury i przekazania ich w postaci jednolitej masy, która jest dla każdego jednakowo „strawna i pożywna”<sup>30</sup> Pozytywnym skutkiem jest możliwość popularyzacji nauki i kultury, negatywnym zaś obniżenie poziomu. Zresztą zasada ta jest skierowana do odbiorców z niższym poziomem wykształcenia i wyrobienia umysłowego według koncepcji, że to co zrozumiałe dla ludzi z elementarnym wykształceniem, trafi do możliwie najszerszych kręgów odbiorców. Wyróżnić można trzy sposoby homogenizacji: upraszczającą, immanentną i mechaniczną<sup>31</sup> Upraszczająca przerabia elementy wyższego poziomu kultury, aby przez ich uprzyśpieszenie doprowadzić do symplifikacji (efektem w aspekcie estetyki jest wulgaryzacja). Chętnie wykorzystuje się dzieła klasyczne z racji prestiżu oraz często występującego w nich uniwersalnego wątku i znanej konwencji artystycznej. Niewyrobiony widz przyjmuje taki przekaz za

<sup>27</sup> Tamże, s. 112.

<sup>28</sup> K C z u b a, *Media i władza*, s. 19.

<sup>29</sup> A L e p a, *Świat manipulacji*, s. 61.

<sup>30</sup> A K ł o s k o w s k a, *Kultura masowa*, Warszawa 1980, s. 320.

<sup>31</sup> Tamże, s. 335 n.

oryginał („digest” tj. dzieła sprowadzone do form najłatwiej przyswajalnej „papki”). Homogenizacja immanentna dokonywana jest zwykle przez samego autora, który włącza do dzieła kultury wyższego poziomu elementy zdolne przyciągnąć szeroką publiczność. Wewnętrzną spójność dzieła osiąga najczęściej przez odpowiednie powiązanie atrakcyjnych wątków fabularnych (dramat, sentyment, humor, itd.)<sup>32</sup> Stosunkowo łatwo zastosować można homogenizację mechaniczną. Nie zmienia wewnętrznej zawartości dzieła, lecz zestawia obok siebie treści różnego charakteru i poziomu. Selekcja zależy zwykle od zasad politycznych lub komercyjnych.

2.2.1.5.2. Standaryzacja przekazu dokonuje się także na płaszczyźnie wątków i motywów według zasady wspólnego mianownika. Uwzględnia elementy najbardziej oddziałujące i przyciągające odbiorcę. Pierwszym z nich jest wątek gwałtu. Opiera się na potrzebie emocji (choćby popularność filmów sensacyjnych z sugestywnie zrealizowanymi scenami przemocy). Może jednak wzmacniać agresję u odbiorcy. Następny wątek, seksu, ujmowany jest w dwóch aspektach: płci i sentymentu. Ekspozycja erotyki ma uatrakcyjnić przekaz, daje jednak zniekształcony obraz relacji międzyludzkich, otwiera drogę ku pornografii. Element sentymentu, mimo że dostarcza często pozytywnych wzorów rozwiązywania sytuacji życiowych, upraszcza system etyczny do wymiarów wręcz manichejskich. Wątek personalny, czyli „osobiste” i „bezpośrednie” podejście do przekazu, wdzierają się nachalnie w każdą sferę intymności człowieka i rozbudza „zmysł” ciekawości. Podobny jest wątek human interest, pełniący rolę substytutu bezpośrednich, społecznych kontaktów. Dzieła na nim oparte są zwykle źródłem nauki moralnej, wiedzy o życiu i zasadach relacji międzyludzkich (np. wieloodcinkowe seriale „rodzinne”). Jest jednak ubogi co do formy i treści. Podtrzymuje te same zainteresowania co plotka. Jego skuteczność wiąże się z łatwością identyfikacji. Przedstawione postaci umożliwiają projekcję własnej osoby w sytuacje przeżywane przez bohaterów. Najbardziej podatne są osoby o niskim poziomie wykształcenia, skłonne do odczuwania obaw i stanów niepewności.

2.2.1.6. Zasada S-M-S, czyli sensacji, muzyki i seksu, jest manipulacją wykorzystującą zwiększoną siłę takiego przekazu do wprowadzenia nowych idei, kultury czy też zasad moralnych, wprowadzając najpierw chaos w dotychczasowym świecie i utrudniając zrozumienie aktualnie przeżywanych problemów<sup>33</sup>

2.2.1.7. Zasada niepełnego wniosku, czyli braku precyzowania i wyraźnego podawania końcowego wniosku, stosowana jest przy próbach zmiany postaw już ukształtowanych, zwłaszcza u osób z wyższym

<sup>32</sup> A. K ł o s k o w s k a , *Socjologia kultury*, Warszawa 1981, s. 351.

<sup>33</sup> A. L e p a , *Pedagogika mass mediów*, s. 169.

poziomem edukacji. Oprócz wrażenia spełnienia potrzeb poznawczych odbiorcy daje mu satysfakcję i wrażenie, że sam „dochodzi” do swoich poglądów. Jednocześnie sugeruje, że zmiana ta nie jest intencją nadawcy, co wzmacnia jego autorytet. Trudnością stosowania tej zasady jest możliwość niezamierzonej przez nadawcę interpretacji przekazu.

2.2.1.8. Zasada prawdy presuponowanej jest to działanie uwzględniające podświadomość odbiorcy. Można ją określić jako metodę rzekomej oczywistości<sup>34</sup>. Tezę, którą chce się propagować, nie podaje się wprost, lecz jako pewnik nie podlegający dyskusji przy udowadnianiu innej tezy.

2.2.1.9. Zasada stopniowania nawiązuje do powyżej opisanych. Próbuje ochronić przekaz przed barierą psychologiczną w sytuacji, gdy propagowane treści są zbyt rozbieżne z postawami odbiorców. Chcąc wpłynąć na ich zmianę, przyjmuje się w przekazie jako punkt wyjścia postawy normy i pojęcia istniejące już u odbiorcy, a zmiany wprowadza się stopniowo.

2.2.2. Metody wynikające z analizy treści.

Określa się je zwykle jako chwyt propagandowe. Przez supozycję i sugestię oddziałują na podświadomość odbiorcy. Służą przede wszystkim manipulacji aksjologicznej.

2.2.2.1. Dodawanie epitetów to zabieg najprostszy. Dana osoba, rzecz, fakt, określane są przez odpowiednio dobrane epitety, mające na celu zmniejszenie lub zwiększenie jej wartości (np. „głupi urzędniczyna” „sumienny urzędnik”).

2.2.2.2. Przenoszenie autorytetu jest to zestawienie danego faktu, rzeczy czy osoby, dla których chce się uzyskać akceptację lub dezaprobatę, z innymi desygnatami posiadającymi daną cechę (np. „mądry jak Salomon”). Chwyt ten pojawia się w sytuacji, gdy nadawca nie może wprost „zbić” jakiegoś argumentu. Niweluje wtedy jego skuteczność przez ośmieszenie jednego z aspektów, np. formy. Osiąga się to też przez odwołanie do autorytetu osoby szanowanej lub pogardzanej, by udowodnić, że coś jest dobre lub złe. Piękne ogólniki są wykorzystywane wtedy, gdy pragnie się nakłonić odbiorcę do akceptowania przekazu bez podawania konkretnych argumentów. Kojarzy się więc propagowane treści z jakimś pozytywnym ogólnikiem (np.: „pan X, który jest miłośnikiem prawdy, dobra i piękna”).

2.2.2.3. Zasada ludowości (tzw. owczego pędu) polega na ukazywaniu, że to, co się głosi, jest w powszechnym przekonaniu odbiorców. Ostatecznie sprowadza się do sugerowania oczywistości wynikającej z ogólnych zasad zdroworozsądkowych. Wmawia się odbiorcy, że przyjęcie odmiennego

<sup>34</sup> A L e p a , *Świat manipulacji*, s. 61.

zdania mogłoby źle świadczyć o poziomie jego inteligencji (np. „jak wszyscy wiedzą”) czy innych przymiotach. W ten sposób wykorzystuje się większą wiarygodność grupy.

2.2.2.4. Naciąganie faktów i argumentów jest odpowiednim doborem prawd i fałszów, mających na celu przedstawienie danej sprawy w pozytywnym lub pejoratywnym świetle. Częstym tego przejawem jest pomijanie cech ujemnych a ukazywanie tylko dodatnich lub na odwrót.

### 3. KONSEKWENCJE ODDZIAŁYWANIA

Według schematu komunikowania J. Puzyniny, sterowanie określone jest jako jedno z działań, mających na celu kierowanie ludźmi<sup>35</sup> Mieści się więc w zakresie sposobów wykonywania władzy. Sterowanie jest pojęciem związanym z cybernetyczną koncepcją człowieka i społeczeństwa, według której są to dynamiczne, samoregulujące się systemy.

#### 3.1. CYBERNETYCZNY OPIS RZECZYWISTOŚCI

Istotę tego podejścia wyjaśnia H. Ryffel, przedstawiając problemy biotechnik<sup>36</sup> Stwierdza, że jest to oparcie się na „wiedzy faktów” ze świata wyodrębnia się elementy, które można ściśle i jednoznacznie interpretować i eksperymentalnie powtórzyć, czyli tzw. fakty, które są w ten sposób czymś ilościowym i wymiernym. Daje to, według cybernetyków, możliwość nie tylko rozkładania rzeczywistości na elementy składowe, ale także odbudowywania jej z tych części, a nawet przewidywania zjawisk, sytuacji, itp. Można dojść do poznania powiązań strukturalnych, sposobów oddziaływania i leżących u ich podstaw prawidłowości, a stąd opracować konkretne techniki sterowania. Podejście to charakteryzuje się zatem rozpatrywaniem świata przez pryzmat reifikacji. Już w tym momencie wydaje się, że tak ograniczona wizja może mieć istotny wpływ na metody do niej dostosowane. Sami jednak cybernetycy, rozważając etyczne skutki ich ujęcia rzeczywistości, określają warunki godziwego korzystania z tak osiągniętej wiedzy. Wyprowadzają je z ustalenia zadań rozumu, jako czynnika umożliwiającego realizację tych postulatów, które człowiek uznaje za odpowiednie do godności, którą posiada jako osoba. To zaś wymaga, aby czyny, które podejmuje, były tzw. aktami ludzkimi, a więc wolnymi i rozumnymi. Jeśli sterowanie będzie uniemożliwiać zajęcie takiego stanowiska wobec rzeczywistości, człowiek nie może się rozwijać.

<sup>35</sup> J. Puzynina, *O pojęciu „manipulacji” oraz sensie wyrażenia „manipulacja językowa”* w: Nowomowa 1981, maszynopis powielany.

<sup>36</sup> K. W. Merks, *Cybernetyka społeczna czy etyka społeczna*, w: Concilium 1971 nr 1-10, s. 236 nn.

Ostatnimi czasy podejmuje się problem relacji – wolność a odpowiedzialność. W mass mediach następuje swoista korelacja tych zagadnień<sup>37</sup> Instrukcja „Aetatis novae” z 22 II 1992 r. zwraca wyraźnie uwagę, że korzystanie ze środków przekazu musi być zgodne z zasadą służby społeczeństwu oraz większej odpowiedzialności. Tak więc każdy przekaz nie jest tylko suchym faktem odzwierciedlającym w najlepszym przypadku rzeczywistość, jak chciałaby ujmować cybernetyka i jej próba sprowadzenia oddziaływania mediów do sterowania. To proces związany z interpretacją rzeczywistości przez człowieka, który pragnie wprowadzić kogoś w swoje rozumienie własnego doświadczenia. Przekaz staje się nie sposobem sterowania, lecz „ukierunkowaną informacją”<sup>38</sup> Ta z kolei sama ulega ciągłej interpretacji przez odbiorców, którzy są znów kształtowani przez tę i inne informacje. Dlatego, określając obecnie rolę mass mediów, próbuje się je nazywać środkami społecznego komunikowania<sup>39</sup> Stosuje się do nich ocenę etyczną, uwzględniając cztery główne obszary:

- normy ogólne (wiarygodność, obiektywność, itd.);
- podstawowe prawa ludzkie (np. do dobrej sławy);
- deontologię właściwą samym mediom oraz związanym z nimi zawodom (uczciwość w zdobywaniu informacji, sposób przekazywania itp.);
- obowiązki mediów (odpowiedzialność społeczna, zakaz pornografii itp.)<sup>40</sup>.

Oddziaływania natury etycznej należą do zakresu bardzo ważnych konsekwencji oddziaływania środków masowego przekazu. Charakter pracy uniemożliwia dokładną analizę zagadnienia. Uwzględnienie jednak tego aspektu pomaga jednak sprecyzować problematykę, wokół której należy się skupić. Sterowanie polega na dysponowaniu jednostką, jest zatem nastawione na jej zdobycie i zawładnięcie dla innych celów<sup>41</sup> Skrajnym tego przykładem jest propaganda i manipulacja. Nauki pastoralne zaś zajmują się człowiekiem jako takim, jego rozwojem, wychowaniem w aspekcie rzeczywistego i ostatecznego dobra, nakreślonego przez Dobrą Nowinę o Zbawieniu. Konsekwencje oddziaływania mass mediów najwygodniej będzie zatem rozpatrzeć przez skutki sterowania w aspekcie zagrożeń dla rozwoju osobowości i zachowania godności człowieka.

<sup>37</sup> G Dobroczyński, *Mass media między wolnością a odpowiedzialnością*, w: Przegląd Powszechny 1995 nr 5/885, s. 211-220.

<sup>38</sup> J Kean, *Media a demokracja*, Londyn 1992, s. 32.

<sup>39</sup> G Dobroczyński, *Mass media między wolnością a odpowiedzialnością*, s. 212.

<sup>40</sup> P Kosinski, *Kościół i mass media – zaproszenie do dialogu*, s. 228.

<sup>41</sup> A. Lepa, *Świat manipulacji*, s. 135 n.

### 3.2. SKUTKI DOTYCZĄCE NADAWCY

Związane są nie tylko ze stopniem świadomego udziału w manipulacji. Tworzenie świata fikcji, świata kłamstwa, jest wyrazem braku szacunku wobec rzeczywistości oraz odbiorcy przekazu. To przejaw zinstrumentalizowania prawdy o otoczeniu oraz uprzedmiotowienia człowieka jako narzędzia do osiągnięcia swoich celów. Kłamstwo niszczy najpierw samego twórcę nieprawdy. Badań dotyczących tego aspektu manipulacji jest jednak niewiele. Ciekawe są analizy K. Czuby. Zauważa ona, że biorący udział w fałszowaniu informacji stosują mechanizm obronny, którym osłaniają swoje dobre samopoczucie. Człowiek zwykle nie chce mieć świadomości, że okłamuje. Dlatego dziennikarze, którzy „przekręcają” fakty i tłumaczą je opacznie, uciekają od świadomości, że biorą udział w czymś, co jest moralnie naganne. Takie samookłamywanie doprowadza do życia w „schizofrenicznej” rzeczywistości. Autorka, za W. Chudy, cytuje: *„Każdy kłamca musi się pilnować, aby nie zostać zdemaskowany. Narasta w nim swoisty schizofreniczny sposób patrzenia na rzeczywistość. Żyje w dwóch światach. Kłamstwo miało mu pomagać, a obciąża. Wraca niespodziewanie, jak bumerang, do tego, kto kłamie. Istnieje jedyny świadek, który pilnuje kłamcy przy każdym kolejnym kłamstwie – on sam, a ściślej mówiąc jego refleksja. Tego świadka się nie pozbędzie. Budzi to z kolei nieszczerłość, nieufność, podejrzliwość wobec całego świata poza nim”*<sup>42</sup> W latach 90-tych XX wieku w Polsce zauważało się podatność na takie zachowania przede wszystkim wśród dziennikarzy młodych, zaczynających karierę. Umiejętności zawodowe oraz osiągnięte możliwości stają się okazją do występowania z pozycji wyższości i „wszechwiedzy” wobec innych. Po prostu do braku pokory przy jednoczesnym dostosowywaniu się do określonej mody czy też opinii przełożonych. Ostatecznie zniszczona zostaje samodzielność i twórczość dziennikarza. Obserwacje są jednak zbyt ogólne, aby wyciągać dalsze wnioski. Nie mniej coraz częściej mówi się o postawie makiawelizmu wśród nadawców zniewolonych wewnątrznie stosowanym kłamstwem i jego mechanizmami. Zanika zdolność do empatii wraz ze wzrostem instrumentalnego traktowania odbiorcy wobec własnych celów i dążenia do kształtowania wszystkich z wyjątkiem siebie. Taki nadawca traci zdolność życia wspólnotowego, zaś wykorzystanie środków masowego przekazu tworzy sprzężenie zwrotne utrwalające postawę makiawelizmu<sup>43</sup> Inne postawy negatywne, które pomaga kształtować przekaz perswazyjny, to postawa gwiazdora prowadząca do powierzchownego traktowania zjawisk i daleko posuniętego konformizmu, postawa najemnika, który w zamian za

<sup>42</sup> K. C z u b a, *Media i władza*, s. 119.

<sup>43</sup> A. L e p a, *Pedagogika mass mediów*, s.135.



dyspozycyjność rezygnuje z przesłanek moralnych w swej pracy, czy też postawa propagandzisty, chętnie sięgającego po techniki manipulatorskie instrumentalnie traktując odbiorcę<sup>44</sup>

### 3.3. SKUTKI DOTYCZĄCE ODBIORCY

Analizowane są częściej i obszerniej. Po pierwsze media kształtują postawy oraz odpowiednią dyspozycyjność do ich trwania lub zmieniania. Jest to czasem równoznaczne z niszczeniem odbiorcy. Podawanie gotowych, zinterpretowanych informacji, propaganda, różnorodna reklama oraz sam sposób odbioru (zwłaszcza telewizji) utrwalają jego bierność. Zależność ta dotyczy najpierw umysłowości człowieka, który nie potrafi „przekroczyć” otrzymanego materiału informacyjnego. Krytycyzm zostaje znacznie osłabiony. Pogłębia się to jeszcze w ten sposób, że ilość dostarczanej informacji rośnie, ale zdolność do analizy i syntezy maleje. Powstaje dziwna sytuacja „posiadania informacji”, ale bez „wiedzy” Wysilek, który trzeba by podjąć, zniechęca do myślenia abstrakcyjnego oraz prowadzi do wzrostu zaufania do doświadczenia. Ono jest jednak nastawione coraz bardziej na przeżywanie wrażeń<sup>45</sup> Łatwiej wtedy ukierunkowywać zainteresowania odbiorcy i poddawać tematy działające jak śpiew syren z „Odysei” Homera. Taką rolę spełniają w mediach, np. wobec młodzieży, tematy dotyczące seksu, wytwarzające wręcz wizje panseksualizmu świata. Podobne oddziaływanie, jak przez manipulowanie informacją, dokonuje się operując wartościami. Początkiem jest wprowadzenie dwuwymiarowego, uproszczonego wartościowania: dobry-zły. Zaakceptowanie takiego sposobu oceniania czyni podatnym do przyjęcia myślenia utylitarnego i etyki sytuacyjnej, a ostatecznie konsumpcjonizmu, czyli zasady szczęśliwego życia, jako miary dobra i zła. Rozumienie ustępuje intensywności przeżywania. Egoizm wzrasta przez odbiór przeżywany do tego stopnia samotnie, że kontakt z innymi traktowany jest jako przeszkoda w „konsumowaniu mediów” Chaos i bezmyślne magazynowanie w pamięci mnóstwa informacji powoduje regres umysłowy i totalną bierność. Określa się to jako postawę konsumizmu medialnego<sup>46</sup> W ten sposób zostaje zniszczone sumienie<sup>47</sup> Oddziaływanie to pogłębia osłabienie wrażliwości przez nadmierne oswojenie się z obrazami przemocy, śmierci, agresji. Dochodzi do tego złudzenie wolności osobistej. Tworzony bowiem świat wartości sugeruje, że jedyną normą moralną jest indywidualne „ja” O sposobie użycia wolności oraz o tym, co

<sup>44</sup> A Lepa, *Media a postawy*, s. 55 nn.

<sup>45</sup> K Czuba, *Media i władza*, s. 123 n.

<sup>46</sup> A Lepa, *Media a postawy*, s. 87

<sup>47</sup> A Lepa, *Świat manipulacji*, s. 162.

dobrze i źle, decydować ma sam człowiek. Zatem wolność przestaje być atrybutem obiektywnego dobra, jej granicą nie są już prawa i wolność drugiego człowieka. Powstaje absurdalna sytuacja – jednostka czuje się wolna, bo uwzględnia wewnętrzne pragnienia, aby być szczęśliwą, a jednocześnie jej świat wartości, potrzeb, zainteresowań jest zdeterminowany przez media. Jest to najgorsza forma zniewolenia, stwarzająca pozory wolności, a w rzeczywistości osoba jest nie tylko jej pozbawiona, ale także nie potrafi nią żyć. Ostatecznie zostaje zahamowany rozwój człowieka. Niszczenie intelektu i sumienia czyni odbiorcę obserwatorem, niezdolnym do uczestniczenia w życiu. Nie umie powiązać otrzymanych informacji w całość, zatracą umiejętność refleksji oraz oceny moralnej. Rodzi się więc postawa agnostyczna wobec świata, ludzi, siebie i samego Boga. Rzeczywistość jawi się jako bezsens, druga osoba wydaje się być zagrożeniem, człowiek sam dla siebie staje się bytem niewartym troski (a więc godności), Bóg zaś staje się niewiadomą. Ta sytuacja wskazuje na nowy rodzaj totalitaryzmu, który niosą ze sobą media. Inne, dodatkowe skutki oddziaływania, to niezdolność do samodzielnego ujmowania w pojęciu obserwowanych zjawisk, ponieważ mają one niejasne znaczenia, często są „wymieszane” lub ujęte w mity i stereotypy. Zauważa się też narastającą nerwicowość odbiorcy, wynikającą z tempa i sposobu przekazu w mediach. Ułatwia to manipulowanie jego podświadomością przez ukierunkowanie intelektu i emocji na określone bodźce. Fragmentaryczność obrazu w przekazie uruchamia wyobraźnię, ale tylko w określonym z góry kierunku<sup>48</sup>. Apelowanie do wewnętrznych potrzeb rozbudza sztucznie zainteresowania wokół własnych doznań. Intelektualne podejście w przekazie daje wrażenie i związaną z tym satysfakcję, że odbiorca wszystko rozumie. Przykładem może być stosowanie statystyki i liczb. Różne wykresy, itp. działają mocno na podświadomość, ujednocniają postawy i opinie, ale ich związek z rzeczywistością jest fragmentaryczny, zaś możliwości interpretacji bardzo różne. Dodatkowym wzmocnieniem takiego oddziaływania i „błędym kołem” staje się chęć odbiorcy nadszycenia za innymi, za modą, za powszechnością. W ostatnich czasach zauważa się bardzo negatywne skutki oddziaływania na dzieci i młodzież. Długotrwałe manipulowanie powoduje wytworzenie stanu zmanipulowania. Jest to wynikiem także świadomego „preparowania” odbiorcy o określonych preferencjach<sup>49</sup>. Zjawisko to można opisać na przykładzie animowanych filmów dla najmłodszych, niektórych programów „dla dzieci i młodzieży”, jak choćby swego czasu – polski dziennik dla dzieci „DD”. Przede wszystkim rozmyty zostaje świat wartości. Pod pozorem prezentowania

<sup>48</sup> A. Lepa, *Świat manipulacji*, s. 78.

<sup>49</sup> K. Czuba, *Media i władza*, s. 97 n.

prawdy o życiu „oczami dziecka”, brak w przekazach wyraźnie określonych moralnie postaci. Zło ukazywane jest w kuszącej postaci, dobro jako coś nudnego. Pojawiają się pozytywne czarownice, potwory, brzydactwa oraz zli, ale za to kulturalni, piękni ludzie. Dzieci kreowane są na dorosłych (przykładem reklamowany świat zabawek „Barbie”). W tym wieku bardzo ważna jest w rozwoju zasada identyfikacji. Brak odpowiednich wzorców wzmacnia uprzedzenia, wrogość, niezdrową rywalizację („oklaski należą się tylko najlepszym”) czy wręcz zabobony (myślenie magiczne odrywające skutek od przyczyny). Oddziaływanie wzmacnia stosowana forma przekazu: zbyt duże tempo uniemożliwiające „przetrawienie” informacji, słowosymbole używane bez zrozumienia, plątanina agresywnych form i kolorów. Badania wykazują, że dzieci same mogą przekroczyć tak otrzymane doznania tylko w kierunku większej perwersji. Następuje coraz większe skrępowanie doznaniemii zmysłowymi. Powstaje nowe pokolenie uwarunkowane przez mass media. Daje to kolejną możliwość sterowania życiem ludzkim, zaś stan zmanipulowania pogłębia się. Powoduje to kształtowanie postawy zgody na manipulację sobą<sup>50</sup> Wyraża się ona w rezygnacji z własnej podmiotowości nie tylko przez przyzwolenie na ograniczanie swej tożsamości ale aż do przekonania, że manipulacja jest czymś dobrym, dającym bezpieczeństwo i umożliwiającym lepsze życie, przy jednoczesnym zaprzeczaniu samego istnienia tego zjawiska.

### 3.4.SKUTKI DOTYCZĄCE SPOŁECZEŃSTWA

Gdy środki masowego przekazu były używane w dobie totalitaryzmów politycznych, stosujących administracyjną cenzurę, zmiana realiów społecznych stawała się co najwyżej dodatkowym celem oddziaływania mediów. Zresztą warunki te modelowano w inny sposób. Przemoc systemu z upływem czasu nie wystarcza do utrzymania władzy, potrzebne jest kłamstwo. To sprzymierzenie staje się jeszcze silniejsze, gdy chce się wpływać na postawy ludzi w świecie nawet względnie zdemokratyzowanym. Zmiana uwarunkowań społecznych dokonuje się przez niszczenie niezależnych od mediów punktów odniesienia np.: autorytetów, więzi międzyludzkich, doświadczenia rzeczywistości, świata wartości i nauki. W tak powstałą pustkę można wprowadzić kreowane przez media treści i ułatwiać manipulowanie postawami. Autorytet może kształtować rodzina, określona osoba lub religia. Jego niszczenie dokonuje się różnymi metodami. Świadczą o tym oddziaływania w mediach polskich lat 90 tych XX wieku<sup>51</sup> Wartość rodziny negowano przez ukazywanie fałszywych wzorów postępowania, (patologie rodzin jako normalność),

<sup>50</sup> A Lepa, *Pedagogika mass mediów*, s.138.

<sup>51</sup> A Lepa, *Świat manipulacji*, s. 132.

promowanie „młodych” przy jednoczesnej, pogardzie dla „starych”, wyolbrzymianie trudów życia małżeńskiego i rodzinnego, niszczenie wzorów męskości i kobiecości (nagłaśnianie ruchów feministycznych przy jednoczesnym przemilczaniu lub wyśmiewaniu ruchów ochraniających kobietę i rodzinę). Bardzo gwałtownie reagowano wobec osób nazywających rzeczy w sposób niewygodny. Przykładem mogą być ataki na ks. prymasa biskupa Józefa Glempa po jego wypowiedziach na temat relacji polsko-żydowskich w Oświęcimiu lub po nazwaniu przez niego homoseksualizmu zboczeniem<sup>52</sup>. W takich przypadkach stosowano drwinę, publikowanie głosów nienawiści „z ludu” czy też paszkwile. Autorytety osób zbyt szanowanych, aby je atakować bezpośrednio, są osłabiane metodami socjotechniki: np., ukazywanie papieża Jana Pawła II jako zmęczonego, sfrustrowanego, akcentowanie w wiadomościach spraw dotyczących jego zdrowia bardziej niż jego działań i wypowiedzi. Pomocą mogą być tu wybiórczo i tendencyjnie dobierane komentarze z gazet zagranicznych. Szczególnie mocny, jawny atak na autorytet Kościoła, widoczny był w hasłach w stylu: „Bóg tak. Kościół nie”; „Religia okrada z wolności”; „Świat ciemnogrodu”, itp. Rozpowszechniano stereotypy katolika małej wiary, zagrożenia, gdy Kościół będzie zbyt silny, mit „nowego PZPR” Sposób manipulowania postawami religijnymi zmienił się co do stopnia jawności użytych oddziaływań. Wartościowanie chrześcijańskie łatwo usunąć pod pozorem, że jego istnienie zagraża laickiemu spojrzeniu na rzeczywistość. Głosząc antyklerykalizm łatwiej narzucić moralny relatywizm. Religię w szkole ukazywano jako problem (ksiądz nieporadny, śmieszny, kreska na świadectwie w miejscu oceny z katechizacji powodem dyskryminacji). Podtrzymywano jednocześnie podtekst „pluralizmu światopoglądowego”, polegający na litości dla prostaczków i ich świata wiary, którym się ostatecznie religii nie odbiera, aby nie pozbawić złudzeń. Skutkiem jest tworzenie obrazu religii z Bogiem, ale bez moralności i wspólnoty Kościoła oraz próba dzielenia duchownych na postępowych i zacofanych. W to miejsce wprowadza się inne autorytety. Dodaje się cały zespół „ekspertów” tworzonych różnymi metodami, od zwykłego „pasowania” na intelektualistę lub polityka (przez takie nazwanie w mediach) lub przez przeniesienie autorytetów (np. poeta wypowiada się jako moralista). Niszczenie więzi międzyludzkich ułatwia już sam przekaz, którym jest telewizja. Bardzo często oglądanie programów zastępuje intymny kontakt z drugim człowiekiem. Zniesienie dystansu między odbiorcą a nadawcą hamuje osobisty rozwój, ułatwiając poprzestawanie na odgrywaniu lub marzeniu o roli, której wzoru dostarcza przekaz. Niszczenie związku z ojczyzną wyraża się popieraniem postaw

<sup>52</sup> K. C z u b a , *Media i władza*, s. 136 n.

antypatriotycznych. Pomocne tu jest fałszowanie historii oraz kreowanie samego obrazu patrioty przez propagowanie szeroko rozumianego wallenrodyzmu<sup>53</sup> Przykładem deformacji rzeczywistości jest stosowanie języka iluzji, zawierającego pozory prawdy. Nowomowa, charakterystyczna komunizmowi, istnieje także w systemie demokratycznym i określana jest słowem neonowomowa. Jej oddziaływanie jest wzmocnione przez zanegowanie estetyki i kultury słowa mową uliczną, wulgarną, prymitywną. Jeśli jakaś nieprawda musi być odwołana, to sprostowanie opóźnia się tak, aby nie było bezpośredniego odniesienia do faktu. Przy manipulowaniu prawdą pomocny jest zestaw kreacji osobowych. Odpowiednio dobrani ludzie są stałymi wyznacznikami komentarza. Jednocześnie brak informacji jest swoistą „śmiercią społeczną” Pominięty w mediach fragment rzeczywistości dla odbiorcy nie istnieje. Deformacja wartości łączy się ze skomercjalizowanym liberalizmem. Ogarniająca świat kultura elektroniczna staje się przekazicielką antywartości, a probujących niskie instynkty i słabości człowieka. Centralnym punktem odniesienia nie jest godność ludzka, lecz posiadanie. Zniekształcona zostaje hierarchia wartości. Człowiek nie jest już wartością nadrzędną. Co więcej, sens jego życia i jego godność zależy od tego, co posiada, od sposobu życia i przydatności innym, a nie odwrotnie. Szczególnym przykładem takiego odwrócenia są spory dotyczące aborcji i eutanazji oraz dezinformacja w dziedzinie płciowości. Deprawacja seksualna w mediach to jedynie „wierzchołek góry lodowej”, której podstawą jest odebranie człowiekowi jego praw jako osoby. M. Keating z USA na 18 Międzynarodowym Kongresie Rodziny, tłumacząc przyczyny takiego oddziaływania, ukazał obraz kultury ogarnięty przez celowe sterowanie w tym kierunku już w latach 60. XX wieku: *„Od około 30 lat świat młodzieży został ostro zaatakowany przez pewną grupę dorosłych, którzy chcieli przejąć nad nimi kontrolę dla własnych korzyści. Cel ten można nazwać politycznym. Poprzez opanowanie świata młodych chcieli zawładnąć całym społeczeństwem. Tę strategię można nazwać <złapaniem młodzieży, aby pochwycić władzę nad przyszłością>...Często jednak chcieli się tylko szybko wzbogacić...Odkryli, że droga do portmonetki młodych ludzi prowadzi przez zaspokajanie wszystkich ich zachcianek. Trzeba tu zaznaczyć, że niezależnie od pierwotnej motywacji działania przechwycenie młodzieży zostało już w znacznym stopniu osiągnięte. Kultura młodzieżowa rozpoczęła już inwazję do szerszych kręgów społeczeństwa, częściowo poprzez dorastanie młodych, częściowo poprzez <inteligentny> marketing. Ten sam bunt i brutalność, zmysłowość i egoizm oraz poszukiwanie szczęścia przez realizowanie własnej chwilowej*

---

<sup>53</sup> T a m ż e , s.150.

*przyjemności, odbija się echem również w świecie dorosłych*<sup>54</sup> Obniżony też zostaje poziom wiedzy w społeczeństwie przez styl i metodę przekazu. Doprowadziła do tego przede wszystkim homogenizacja świata, jednorodność kultury, standaryzacja gustów, postaw i zainteresowań oraz niejednokrotnie brak kompetencji nadawcy. Wiele informacji podawanych jest z pominięciem hierarchii ważności problemów. Osiągnięcia naukowe w przekazie są nie tyle popularyzowane co wulgaryzowane, programy deprawujące mają niejednokrotnie korzystniejszy i dłuższy czas nadawania niż te, które promują wartości. Ostatecznym efektem takich oddziaływań jest to, że media stają się nośnikiem cywilizacji śmierci<sup>55</sup> Media ze środków przekazu stają się narzędziem formacyjnym i bez konkurencji formują rzeczywistość totalitarną.

### 3.5. SKUTKI DOTYCZĄCE WSPÓLNOTY KOŚCIOŁA

Skoro media wpływają na odbiorcę, a wielu z nich to chrześcijanie, jest oczywisty ich wpływ na życie Kościoła. Zauważa się doraźne manipulacje obrazem Kościoła w mediach związane z propagowaniem konkretnej idei. Niekiedy zwraca się uwagę na kształtowanie jakiejś postawy, zwykle wokół spraw kontrowersyjnych. Jednak skutki sięgają głębiej. Zniekształcenie sumień wpływać musi na życie sakramentalne, bierność i deprawacja na samą modlitwę, przebudowywanie hierarchii wartości i sposobu pojęciowania na sposób widzenia Kościoła i rozumienie prawd wiary. Media także podsuwają tematy, którymi żyje wierny w Kościele, zwłaszcza mniej zaangażowany osobiście w życie parafialne. Problemem może stać się oddziaływanie na wierzących, kształtujących życie według zasad katolickich, ale nie angażujących się bezpośrednio w akcje parafialne. Oddziaływanie na dzieci i młodzież wpływa na stopień i sposób wprowadzania w życie Kościoła i tajemnice wiary bardziej, niż wychowanie w domu czy katecheza. W badaniach spotkać można analizy dotyczące kształtowania postaw dojrzałej osobowości naturalnej, która oczywiście jest istotnym elementem osobowości chrześcijanina. Jednak mały jest zakres badań uwzględniających pełnię człowieczeństwa określoną w Ewangelii. Niszczenie sacrum i zdolności do zdrowych relacji z drugim człowiekiem stawia pod znakiem zapytania zdolność do tworzenia głębszej komunii eklezjalnej, w tym eucharystycznej. W refleksji nad wymiarem naturalnym oddziaływania mediów wypracowuje się coraz lepsze narzędzia do dalszych badań. Mogą one posłużyć do prac nad relacją między mass mediami a Kościołem.

<sup>54</sup> Tamże, s. 139 - 140.

<sup>55</sup> A. Lepa, *Świat manipulacji*, s. 205.

## 4. WNIOSKI I IMPLIKACJE DUSZPASTERSKIE

### 4.1. ANALIZA POSZCZEGÓLNYCH ASPEKTÓW ODDZIAŁYWANIA MEDIÓW UJAWNIA PRZERÓŻNE NEGATYWNE SKUTKI STEROWANIA

Sposób cybernetycznego ujęcia świata reifikuje rzeczywistość. Może uniemożliwić podejmowanie ludzkich, tj. wolnych, rozumnych i odpowiedzialnych działań, blokując rozwój człowieka. Szczególnym znakiem takiego działania są negatywne efekty natury etycznej oraz jawna i wewnętrzna sprzeczność z duchem ewangelizacji. Niszczące skutki sięgają najpierw samego twórcę przekazu. Kłamstwo rozbija jego osobowość, która staje się „schizofreniczna”, podtrzymywana przez różne mechanizmy obronne. Bardziej znane są rezultaty dotyczące odbiorcy. Utrwalona zostaje jego bierność, a przez wytworzony brak krytycyzmu i samodzielnego, analityczno syntetycznego myślenia, ograniczona praca umysłu<sup>56</sup> Odbiorca staje się „wrażliwy” na doświadczenie, naiwny i łatwowierny wobec wszelkich treści przekazu. Utylitarno-konsumpcyjne nastawienie do świata niszczy sumienie i pogłębia złudzenie wolności osobistej. Mediom przypisuje autorytet niewspółmierny do ich możliwości do tego stopnia, że może dojść do zablokowania wobec innych źródeł autorytetu, nie związanych wyraźnie z mediami<sup>57</sup> Nerwicowość, uwrażliwienie intelektu i emocji na pewne bodźce, czyni podatnym na manipulacje. Nowe pokolenie jest kształtowane na potencjalnych odbiorców o określonych preferencjach (rozmyte, liberalne wyczucie wartości moralnych, umiejętność odczuwania tylko doznań zmysłowych). Media deformują też relacje społeczne oraz niszczą niezależne punkty odniesienia: autorytety, więzi społeczne (rodzinne, patriotyczne, religijne), świat wartości (deprawacja moralna) i nauki (homogenizacja i obniżenie poziomu wiedzy. Ostatecznie tworzą nową rzeczywistość totalitarną, którą można nazwać „cywilizacją śmierci” W dobie zniewolenia politycznego, istniejąc w służbie władzy, media ograniczały rzeczywistość, próbując zafałszować jej obraz i w ten sposób skłonić odbiorcę do przyjmowania pożądanых postaw. Można to oddziaływanie porównać do kłapek u konia, ograniczających pole widzenia oraz dekoracji teatralnych, udających świat prawdziwy. Obecnie destrukcyjne działanie o wiele głębiej niszczy osobowość człowieka. Media same stają się totalitarnym władcą, który destruktualizuje świadomość odbiorcy, jego hierarchię postaw i uczuć oraz interakcji osobowych. Następuje zmiana struktur poznawczych odbiorcy<sup>58</sup> Takie działanie można porównać do krzywego lustra, w którym nawet to, co normalne i

<sup>56</sup> A. Lepa, *Pedagogika mass mediów*, s.131.

<sup>57</sup> Tamże, s. 133.

<sup>58</sup> T. Goban Klas, *Media i komunikowanie masowe*, s. 267.

prawdziwe, jawi się jako wykrzywione i karykaturalne, z tym, że fałszywe zwierciadło zostaje umieszczone w samym człowieku. Główną cechą poddanego takiej presji społeczeństwa jest bierność, zaś w wymiarze osobowym paraliż myślenia samodzielnego i krytycznego aż do możliwości dezintegracji tożsamości osoby. Skutki podtrzymywane są przez efekt „porządku dziennego” (media wyznaczają, które treści będą w świadomości odbiorcy zauważone i jak zauważone) oraz „spirali milczenia” (coraz większe unikanie odmiennych od większości poglądów i opinii, aby uniknąć izolacji od masowego społeczeństwa)<sup>59</sup>

#### 4.2. PIERWSZYM Z ZADAŃ JEST FORMOWANIE ZDROWEJ, NIEZMANIPULOWANEJ OSOBOWOŚCI ODBIORCY PRZEZ INSPIROWANIE I PODTRZYMYWANIE WSZELKIEJ AKTYWNOŚCI

Następnie konieczne jest uczenie postaw, dzięki którym człowiek może nie tylko przeciwstawić się presji przekazu medialnego, ale korzystać z „życzliwym maksymalizmem”. Szczególne postawy do kształtowania to: krytycyzm w odbiorze mass mediów, selektywność w wyborze medium i treści, asertywność w nazywaniu prawdy, rozwijanie twórczej aktywności (gwarantującej nie tylko odporność na manipulację ale i umiejętność owocnego korzystania z mediów), uczenie reakcji na zakłamanie w mediach, rozmowy z przyjaciółmi o mediach, domaganie się sprostowań i ich nagłaśnianie, systematyczna pedagogika mediów, kontakt z dziennikarzami, kształtowanie opinii przez duszpasterzy, działalność naukowa wokół systemowej pedagogiki mass mediów<sup>60</sup>. Cenne są propozycje bpa A. Lepy dotyczące wychowania medialnego. Wśród wielu, do których nawiązano w tej pracy, zwrócić należy uwagę na metodę mediów tj. kształtowanie krytycznych postaw w odbiorze przekazu bezpośrednio przez same media<sup>61</sup>. Inną metodą to budowanie logosfery tj. środowiska, w którym dominuje słowo, jako przeciwwaga do przekazów medialnych, w których dominuje obraz<sup>62</sup>. W samej zdolności do dialogu zawierają się elementy pozytywnie kształtujące osobowość. Mówienie charakteryzuje zapomnienie o sobie, ukierunkowanie na drugiego człowieka oraz uniwersalizm w wyrażaniu wszystkiego, co człowiek poznał. Świat logosfery staje się nie tylko przeciwwagą do manipulacji w mediach, bazującej głównie na nadmiernym, nie kontrolowanym, bezkrytycznym przyjmowaniu obrazów, ale chroni też przed automanipulacją. Na wielkie znaczenie słowa zwracał uwagę już bp Wilhelm Pluta w drugiej połowie

<sup>59</sup> Tamże, s. 268-270.

<sup>60</sup> A. Lepa, *Pedagogika mass mediów*, s. 138 nn.

<sup>61</sup> A. Lepa, *Media a postawy*, s. 116.

<sup>62</sup> A. Lepa, *Pedagogika mass mediów*, s. 178 nn.



ubiegłego wieku, gdy przypominał, że gdy jedynym przekazem myśli i obrazu jest telewizor zamiast ojca i matki, dzieci już są duchowo sierotami. Milczenie rodziców, brak rozmowy z dziećmi, oddaje je w niewolę mass mediów.<sup>63</sup> Konkretnych wskazań, aktualnych do zastosowania w budowaniu dialogu wokół przekazu medialnego czy to rodzinnego, czy na katechezie, nadal można szukać w pracach lat osiemdziesiątych XX wieku, jak choćby propozycjach Z. Grzegorskiego<sup>64</sup>

#### 4.3. ZAJMUJĄCY SIĘ PEDAGOGIKĄ MEDIÓW WŚRÓD SPOSOBÓW UMOŻLIWIAJĄCYCH KSZTAŁTOWANIE TAKICH POSTAW WYMIENIAJĄ OPRÓCZ DZIAŁAŃ SIĘGAJĄCYCH PO ŚRODKI NATURALNE TAKŻE ŚRODKI NATURY RELIGIJNEJ<sup>65</sup>

Są one związane z duszpasterstwem zwyczajnym. Jest to świadectwo, że dobrze prowadzone życie religijne w parafii i rodzinie jest skuteczną formą wychowywania do dojrzałego korzystania z mediów. Środki nadzwyczajne stanowią wtedy tylko pomoc. To spostrzeżenie jest konieczne, aby przeciwstawić się pokusie demonizacji w ocenie mediów. Wśród środków zwyczajnych wymieniane są:

4.3.1. Modlitwa – chodzi nie tylko o samą praktykę jako taką, lecz też o konkretnie ukierunkowaną, np.: powiązana z wykonywaną pracą tworzy fundament do postawy twórczej aktywności, zaś modlitwa o wytrwałość i nie zrażanie się trudnościami staje się fundamentem do budowania postawy odbioru selektywnego. Szczególne znaczenie ma modlitwa rodzinna. Ona sama, zwłaszcza gdy jest przygotowana, kształtuje zintegrowaną, dojrzałą, niepodatną na manipulację osobowość. Znaczenie ma wśród przygotowań do modlitwy wyłączenie radia i telewizora. Uczy to nie tylko wyrzeczenia ale i hierarchii wartości. Nieroztropne jest jednak siłowe konfrontowanie czasu modlitwy z programem, zwłaszcza u dzieci. Duże znaczenie ma tłumaczenie sensu takiej postawy<sup>66</sup>

4.3.2. Post, asceza i umartwienie wyrażają się przez umiejętność odnalezienia motywów, dla których można a nawet należy rezygnować z

---

<sup>63</sup> W. Pluta, *Ewangelizacja przez wychowanie chrześcijańskie dzieci i młodzieży. List pasterski z dnia 6 listopada 1979 roku.* w: *Aby wszyscy byli jedno*, P. Socha (red.), Opole 1985, s. 322-331, tutaj s. 323.

<sup>64</sup> Z. Grzegorski, *Dialog rodzinny formacja i korektura wpływu masowego przekazu*, w: *Wychowanie w rodzinie chrześcijańskiej*, F. Adamski (red.), Kraków 1984, s. 473-512.

<sup>65</sup> A. Lepa, *Pedagogika mass mediów*, s.148 nn

<sup>66</sup> M. Braun-Gałkowska, *Wychowanie do korzystania ze środków masowego przekazu*, w: *Kościół a kultura masowa*, (oprac.) F. Adamski, Kraków 1987, s. 196-214, tutaj s. 205 n.

korzystania z mediów, np.: gdy stają się sposobem na „zabicie czasu”, gdy przekaz narusza katolicki system wartości i moralności, jest nieodpowiedni do wieku, gdy korzystanie przynosi uszczerbek dla służby Bożej lub miłości bliźniego. Inny sposób to ofiarowywanie Bogu konkretnych prac i czynności, podejmowanych przez jednostkę w ciągu dnia. Kolejną propozycją jest ograniczenie korzystania z mediów z racji piątku i innych okresów postnych, wobec nieszczęścia bliskich osób, dla uszanowania cierpienia człowieka<sup>67</sup> Właściwe jest też rezygnowanie z mediów z racji wspólnego posiłku czy też nieodpowiedniej, czasem zbyt późnej pory, nawet jeśli chodzi nie o dzieci lecz o dorosłych. Na szczególną uwagę zasługują sugestie bpa Wilhelma Pluty. Zwraca uwagę na rolę mediów m.in. w liście pasterskim o sumieniu i podaje pozytywne motywy ascezy w ich używaniu. Proponuje świadome ograniczenie codziennego korzystania z telewizji i radia, by nie tracić czasu potrzebnego na odpoczynek, sen lub ruch na świeżym powietrzu. Zaś wyrzeczenie piątkowe motywuje zyskaniem czasu, aby przeznaczyć go dla drugich, na dokształcanie się lub rozważanie religijne<sup>68</sup>

4.3.3. Rachunek sumienia – dobrze ukształtowane sumienie jest podstawą dojrzałej, odpornej na perswazję osobowości. Wskazane są pytania pod kątem naiwności i bezmyślności w korzystaniu z mediów i z zawinionej ignorancji, także z zaniedbań i szkód wyrządzonych innym czy sobie z powodu nadmiernego czy też złego korzystania z mediów, ale też i rachunek sumienia pozytywny, z aktywności i dojrzałości w przyjmowaniu przekazu. Interesująca jest propozycja swoistego rachunku sumienia z lat 80 XX wieku prowadzącego do krytycznego i dojrzałego odbioru: *„Dojrzały odbiorca (...) musi sobie stawiać pytania: Czy to dokument czy fikcja artystyczna? Jeśli to dokument, to na ile reżyser mógł działać wybiórczo? Umieścił to, co zdołał sfilmować (fragmenty), i to, co chciał pokazać (selekcja), i jak chciał pokazać (interpretacja faktów) oraz na ile pozwolono mu pokazać, napisać, powiedzieć (cenzura); Czy dzieło to nie narusza w całej swej wymowie ważnych wartości etycznych? Jakie wartości uwypukla? Na ile mogę się jako katolik solidaryzować z postępowaniem bohatera lub jego przeciwnika?”*<sup>69</sup> Proponowane w duszpasterstwie i nadal najszerszej dostępne „wzory” rachunku sumienia w książeczkach do nabożeństwa ograniczają problem mediów do relacji wobec szóstego i dziewiątego

<sup>67</sup> Tamże, s. 208 n.

<sup>68</sup> W Pluta, *Pokuta jako wychowanie do dojrzałości i wychowanie sumienia. List pasterski z dnia 17 lutego 1978 roku*. w: *Aby wszyscy byli jedno*, P. Socha (red.), Opole 1985, s. 278-287, tutaj s. 285.

<sup>69</sup> T Ryłko, *Wskazania duszpasterskie o wychowaniu do dojrzałego korzystania ze środków społecznego przekazu*, w: *Kościół a kultura masowa*, (oprac.) F. Adamski, Kraków 1987, s. 321-338, tutaj s. 327.

przykazania dekalogu, czego przykładem jest nawet rytuał pokutny z 1981 roku, stanowiący materiał wzorcowy<sup>70</sup>

4.3.4. Życie sakramentalne oraz poradnictwo duchowe, zwłaszcza w konfesjonale, jest szczególną okazją pomocy w kształtowaniu dojrzałych postaw wobec mediów. Wśród praktyk pokutnych wspomina się nie tylko o ewentualnym ograniczeniu ale też o zaznajomieniu się z zagadnieniami studium nad mass mediami czy dobrą recenzją, dyskusji z innymi o danym programie, aktywnym udziale w sprzeciwie wobec nieodpowiednich treści itp.<sup>71</sup> W niektórych wypadkach wskazane jest postawienie pytania o sposób korzystania z mediów.

4.3.5. Katecheza, zwłaszcza rodzinna, dotycząca mediów czy też konkretnych treści, wskazuje na wartość regularnej lektury Pisma Świętego oraz metody widzieć – ocenić – działać w refleksji nad przekazem medialnym<sup>72</sup>. Metoda zaczęła trafiać do zwyczajnej praktyki duszpasterskiej m.in. jako ewangeliczna rewizja życia proponowana rodzinom, czyli kościołowi domowemu. Brak tam jednak jasnych odniesień do mediów<sup>73</sup> W katechezie szkolnej zwraca się uwagę na tematy, które powinny być poruszone odpowiednio do wieku: problem dezorganizacji życia przez nieuporządkowanie korzystanie z mediów, fascynacja mediami i naśladownictwo, kryteria oceny przekazu, medialna a rzeczywista wizja miłości, małżeństwa i rodziny. Nadal powtarza się jednak apel o przygotowanie specjalnych katechez poświęconych zagadnieniom mediów<sup>74</sup> Dobrym czasem do uwrażliwiania na przekaz medialny jest przygotowanie do I komunii św. Wśród metod zauważa się wartość dyskusji oraz przygotowania do apostołstwa w dojrzałym korzystaniu z mediów<sup>75</sup> Cenne są nadal konkretne propozycje tematycznych konferencji dla rodziców M. Braun - Gałkowskiej<sup>76</sup>

<sup>70</sup> *Obrzędy Pokuty dostosowane do zwyczajów diecezji polskich*, Katowice 1981, s. 236.

<sup>71</sup> T R y ł k o, *Wskazania duszpasterskie o wychowaniu do dojrzałego korzystania ze środków społecznego przekazu*, s. 336.

<sup>72</sup> A . L e p a, *Media a postawy*, s. 116.

<sup>73</sup> J W y s o c k i (red.), *Rytuał Rodzinny*, Włocławek 2000, s. 237 n.

<sup>74</sup> J R a s i a k, *Środki audiowizualne w katechezie*, w: Kościół katechizujący i katechizowany, J. Dec (red.), Wrocław 2003, s. 185 -187, tutaj s. 186.

<sup>75</sup> T R y ł k o, *Wskazania duszpasterskie o wychowaniu do dojrzałego korzystania ze środków społecznego przekazu*, s. 333 nn.

<sup>76</sup> M B r a u n - G a ł k o w s k a, *Przykład konferencji dla rodziców na temat korzystania z telewizji*. w: Kościół a kultura masowa., (oprac.) F. Adamski Kraków 1987, s. 201-214.; por. t e n ż e, *Wykorzystanie środków masowego przekazu w procesie wychowania rodzinnego*, w: Wychowanie w rodzinie chrześcijańskiej, F. Adamski (red.), Kraków 1984, s. 460-472.

4.3.6. Dni Środków Społecznego Przekazu umożliwiają wprowadzenie do osobistej refleksji nad relacją do przekazu medialnego, uwrażliwienie na wybrane aspekty oddziaływania, ukazanie właściwych postaw czy też zainicjowanie aktywniejszego udziału w przekazie. Wychowanie do dojrzałego korzystania z mediów staje się przedmiotem modlitwy. Przypomina się wtedy o odpowiedzialności za skutki oddziaływania przyjmowanego przekazu także na samego siebie.