

**Maria Katarzyna Grzegorzewska\***

## WPŁYW MASS-MEDIÓW NA DZIECI

*Żyjemy w czasach, gdy zdolność stwarzania iluzji jest sprawdzianem potęgi mediów. Tymczasem dla odbiorców brak zdolności odróżniania iluzji od rzeczywistości stała się oznaką bezsilności.*

Umberto Eco

Wiek XX był dla człowieka czasem osvajania się z coraz nowszymi technologiami mediów. W tym samym czasie media audiowizualne wyparły media tradycyjne. Słowo pisane utraciło swoją pozycję na rzecz telewizji, gier elektronicznych i Internetu, które to wywierają coraz większy wpływ na ludzi we wszystkich grupach wiekowych łącznie z dziećmi najmłodszymi.

Słowo „iluzja” pochodzi od łacińskiego *illusio* i znaczy „udawanie”, „złudzenie”.

Świat mediów uniezależnił się od świata realnego i zaczął żyć według własnych reguł. Zaczęliśmy funkcjonować w dwóch rzeczywistościach: w realnej, faktycznej oraz wirtualnej, medialnej. Nieraz dorosłemu człowiekowi trudno jest odróżnić te dwa rodzaje rzeczywistości, a co dopiero dzieciom, które to często rzeczywistość medialną traktują jako tę całkiem realną, rzeczywistą.<sup>1</sup>

### 1. WPŁYW BIERNY I CZYNNY MEDIÓW NA DZIECI

Już bardzo małe dzieci wystawione są na wpływ mediów. Dokonuje on się na dwa sposoby: bierny oraz czynny. Odbiór bierny zachodzi wówczas gdy dziecko otwiera się na media w sposób przez nikogo niezamierzony np. kiedy jego matka zajmuje się nim a jednocześnie ogląda telewizję. Przekaz, który w ten sposób dociera do dziecka nie jest adresowany bezpośrednio do niego.

Odbiór czynny zaś jest już działaniem przemyślanym i ma na celu przykucie uwagi dziecka. W Stanach Zjednoczonych telewizja nadaje programy przeznaczone już dla dzieci w wieku lat 3.

---

\* Dr, Wydział Humanistyczny AGH w Krakowie, [mkgrzegorzewska@gmail.com](mailto:mkgrzegorzewska@gmail.com).

<sup>1</sup> M.K. Grzegorzewska, *Rzeczywistość medialna szanse i zagrożenia*. w: *Spółeczeństwo informacyjne – wizja czy rzeczywistość?*, Kraków 2003, s. 98–103.

Wg danych z przełomu lat 70. i 80. bardzo małe dzieci miały kontakt z telewizją średnio przez ok. 2 godz. dziennie czyli bardzo istotną część tego czasu, w którym są przebudzone.

Naukowcy z University of Massachusetts przeprowadzili w roku 1986. następujące badania: W 99 domach zainstalowali kamery na okres 10 dni. Obraz z kamer pokazywał jednocześnie ekran telewizora i pokój, w którym ten telewizor stał. Okazało się, że dzieci poniżej 2 roku życia spoglądały w telewizor rzadziej niż wszyscy pozostali członkowie rodziny. Zainteresowanie telewizją rosło wraz z wiekiem i tak dzieci w wieku lat 12 spędzały przed telewizorem 80% tego czasu, w którym był on włączony. Tendencja wzrastała zaczęła się od grupy dzieci w wieku 6 miesięcy (11%) a dla dwulatków wynosiła już 39%.

Naukowcy twierdzą, że wzrost zainteresowania telewizją przez dzieci wiąże się ze wzrostem ich umiejętności lingwistycznych i poznawczych co umożliwia im świadome śledzenie programu. Tym samym im dziecko jest starsze telewizja działa na nie w sposób zarówno bierny jak i czynny.

W latach 80. pojawiło się wiele programów dla bardzo małych dzieci, które miały przykuć ich czynną uwagę. W następnej dekadzie w domach pojawiły się magnetowidy a wraz z nimi także programy na kasetach video przeznaczone już dla niemowląt. Były to zazwyczaj filmy z małymi zwierzątkami lub wykonawcami śpiewającymi dziecięce piosenki. Co szczególnie interesujące dzieci potrafiły oglądać te kasety bardzo wiele razy i w ogóle je to nie nudziło – oglądały wciąż z takim samym zainteresowaniem.

Bardzo dużą popularność zyskał sobie edukacyjno-rozrywkowy program „Ulica Sezamkowa” adresowany dla dzieci w wieku przedszkolnym. Jednocześnie tworzono też programy dla dzieci młodszych takie jak „Barney i Przyjaciele” czy „Teletubisie”. Odniosły one ogromny sukces komercyjny i zainspirowały powstanie kolejnych podobnych produktów.

Jeżeli chodzi o wpływ mediów elektronicznych – komputera czy gier elektronicznych na bardzo małe dzieci, to w ich przypadku możemy mówić właściwie tylko o biernym odbiorze choć dodać należy, iż dostępne są komputerowe programy rozrywkowe i edukacyjne tworzone z myślą o nich. Jest ich jednak bardzo niewiele.

## 2. WPLYW BIERNEGO ODBIORU MEDIÓW

Programy oddziaływujące na dziecko w sposób bierny nie są produkowane z myślą o dzieciach i mały odbiorca styka się z nimi przypadkowo, mimo to mają one również wpływ na dziecko. Uważa się, że mogą np. wywoływać u dziecka lęk pokazując obrazy grozy lecz naukowcy nie są w stanie udowodnić powiązania między fobiami dzieci a przerażającymi obrazami ujrzanymi w telewizji. Utrzymuje się jednak, że wystawienie na dramatyczne sceny może powodować u małego dziecka zanik poczucia bezpieczeństwa. Media mogą także rozpraszać uwagę dzieci kiedy bawią się one a jest to szkodliwe dla ich rozwoju.

Z drugiej strony istnieje też możliwość, iż słysząc głos dochodzący np. z telewizora dziecko ma ułatwiony proces opanowywania mowy.

Jest jeszcze jeden istotny choć pozornie niezauważalny aspekt. Mianowicie rodzic może być zaangażowany w odbiór mediów a dziecko – nie. Taka sytuacja zaburza relacje na linii rodzic-dziecko. Rodzice nie są w stanie poświęcić dziecku całej swej uwagi a wówczas albo zwiększa ono starania by tę uwagę na siebie zwrócić albo zaniecha starań. Obie z tych reakcji są niepożądane dla rozwoju emocjonalnego dziecka. Choćby dlatego, iż już w tak młodym wieku mały człowiek zatracą zainteresowanie i umiejętność koncentracji. Badania potwierdzają tę tezę. Jeżeli kosztem mediów dziecko traci umiejętność skupiania uwagi to ma to zły wpływ na jego rozwój.

### 3. WPŁYW CZYNNEGO ODBIORU MEDIÓW

Według badań amerykańskich naukowców przeprowadzonych w roku 1979 dzieci w USA zaczynały oglądanie telewizji w wieku 2,5 lat. Do dnia dzisiejszego wiek ten uległ dalszemu obniżeniu. Nie ma wprawdzie oficjalnie opublikowanych danych potwierdzających to stwierdzenie ale istnieją dowody w postaci programów dla bardzo małych dzieci i niemowląt takich jak np. „Teletubisie”.

Program ten został stworzony z myślą o najmniejszych dzieciach stąd ich przekaz jest bardzo uproszczony a dzięki temu – łatwy w odbiorze. Akcja „Teletubisów” nie jest zbyt dynamiczna, bohaterowie posługują się „językiem” złożonym z onomatopej z prostych do wymówienia sylab, charakter akcji jest bardzo infantylny a od strony plastycznej mamy do czynienia z mnogością wyważonych kolorów. Dzieci bardzo uważnie reagują na te programy okazując reakcje – wskazują na ekran bądź tańczą.

Przyjmuje się, że gdy dziecko osiągnie wiek trzech lat, wpływ jaki wywiera na nie telewizja zaczyna być w dużym stopniu uzależniony od zawartości przekazu. Oglądanie programów edukacyjnych takich jak „Ulica Sezamkowa” ma bardzo wiele pozytywnych – zmniejsza agresję, pomaga w nauce czytania i liczenia, przygotowuje do nauki w szkole.

Wpływ czynnego odbioru mediów na dzieci poniżej 3 roku życia może być trojaki. Czynne korzystanie z mediów może wypierać inne formy aktywności, bardziej wartościowe dla rozwoju dziecka niż sam użytek mediów. Po drugie media mogą mieć bezpośredni wpływ na dziecko niezależnie od zawartości przekazu. W przypadku trzeciej opcji – tak jak u starszych dzieci – zawartość determinuje wpływ.

Wpływ mediów na dzieci w dużym stopniu zależy od ich zrozumienia zawartości przekazu. Trudno jest określić stopień tego zrozumienia u bardzo małych dzieci i niemowląt. W 1981 roku przeprowadzono test. Dzieciom pokazywano na zmianę fragmenty „Ulicy Sezamkowej” w wersji normalnej oraz niezrozumiałej (chaotycznie ujęcia, dialogi puszczane od tyłu, angielskie dialogi zastąpiono greckimi). Okazało się, że począwszy od dwulatków znacznie mniejszą uwagę okazywały one niezrozumiałej wersji. Udowodniło to, iż zrozumiałość przekazu jest bardzo istotnym czynnikiem w absorbowaniu uwagi małych dzieci. Dowiodło to także tezy, iż dzieci pozyskują pewne informacje z TV.

Wg badań naukowców z Uniwersytetu Południowej Karoliny dzieci zaczynają świadomie odbierać media już w wieku 12 miesięcy i są w stanie naśladować to co widzą w telewizji.

Okazuje się także, iż niemowlęta nie traktują telewizji jako części świata rzeczywistego. W kilku badaniach dwuletnie dzieci miały duże problemy z odszukaniem zabawki ukrytej w pokoju podczas gdy wskazówki gdzie szukać zabawki przekazywane były przez telewizor. Jeśli widziały tę zabawkę przez okno bądź dorosły powiedział im gdzie jej szukać, nie miały problemów ze znalezieniem. Ta bariera zanika ok. trzeciego roku życia i dzieci zaczynają wówczas pozyskiwać informacje z telewizji. (Na podstawie artykułu *Peril and Potential of Media for Infants and Toddlers* Daniel R. Andersson i Marie K. Evans, University of Massachusetts, 2001)<sup>2</sup>.

Tematyką mediów oraz ich wpływem na dzieci zajmują się nie tylko medjoznawcy i psycholodzy, ale także socjolodzy, filozofowie i teolodzy.

Małgorzata Jacyno i Alina Szulżycka w książce *Dzieciństwo. Doświadczenie bez świata*<sup>3</sup> piszą, że podobnie jak w przypadku programów i treści dotyczących dzieci, a prezentowanych przez prasę, radio i telewizję, publiczne dyskusje dotyczące najmłodszych jako publiczności mediów koncentrują się wokół patologicznych efektów zjawiska: media – młodzież, co bierze się z troski o prawidłowy rozwój dziecka. Zdaniem autorek dziecko już od najmłodszych lat powinno odróżniać otoczenie realne od nierzeczywistego, bo w przeciwnym razie będzie narażone na frustracje związane z próbą realizacji iluzorycznych zamierzeń oferowanych także przez środki masowego przekazu i nie będzie w stanie właściwie oceniać potencjalnych rezultatów działań, które podejmuje ze względu na chęć osiągnięcia doraźnej satysfakcji, wreszcie, będzie oceniało swoją własną wartość, nie ze względu na wdrożony w realnych relacjach społecznych system wartości, ale w odniesieniu do prezentowanych, zmiennych, komercyjnych wzorców, czego wynikiem jest chroniczne poczucie własnej wartości, którego jedyną terapią może być tylko i wyłącznie nabywanie kolejnych „zatrutych podarków” rynku, które kuszą opakowaniem. Konsumpcja znów odbiera ich „energetyzującą” moc, a jedynym antidotum na to zatrucie pozostaje kolejna oferta rynku i kolejny „zatruty podarek”. Posiadanie lub nieposiadanie kolejnych pozycji rynkowych ofert i wynikające z tego konsekwencje uważa się za dużo mniej niebezpieczne w przypadku dorosłych niż dzieci. Jacyno i Szulżycka podkreślają więc znaczenie w przypadku odbioru telewizji przez najmłodszych przede wszystkim przekazu reklamowego, którego szkodliwość wyszczególniają i wskazują na budowanie przez niego ubezwłasnowolnionego pokolenia konsumentów. Dla dziecka status wynikający z posiadania lub z nieposiadania oznacza w praktyce brak odpowiedniej pozycji w dziecięcej hierarchii społecznej, co może rodzić problemy z jego zdrowiem psychicznym, a w głównej mierze budzić agresję i presję roszczeniową względem rodziców. Wynikająca z posiadania

---

<sup>2</sup> D. R. Andersson i M. K. Evans, *Peril and Potential of Media for Infants and Toddlers*, University of Massachusetts, 2001.

<sup>3</sup> M. Jacyno, A. Szulżycka, *Dzieciństwo. Doświadczenie bez świata*. Oficyna Naukowa, Warszawa 1999, s. 115–154.

lub deficytu upragnionej zabawki czy ubioru pozycja dziecka osłabia jego społeczną czujność, stwarza fałszywe poczucie bezpieczeństwa, realizowane poprzez zakup jest wręcz rodzajem oszustwa stosowanego przez rodziców, którzy zaniedbują w ten sposób dziecko emocjonalnie. Dla dziecka, które nie jest w stanie sprostać konsumenckiej konkurencji, sytuacja ta staje się równoznaczna ze społecznym niebytem, a konsekwencje tego efektu rozkładają się na inne wymiary społecznego życia. Dziecko wobec rodziców chce być doskonale poprzez upodobnienie się do bohaterów reklam. By uzyskać pełną akceptację rodziców, żąda odpowiednich i niezbędnych ku temu akcesoriów. Jeżeli rodzic odmawia, dziecko wpada w błędne koło własnej niepewności: z jednej strony nie może uzyskać akceptacji rodziców, bo nie przypomina reklamy, a z drugiej nie może przypominać reklamy, bo nie akceptują jego potrzeb – co może być odebrane przez dziecko jako brak akceptacji jego osoby.

Dzieci chętnie poddają się kreowanym przez media iluzjom rzeczywistości. Nie znają dobrze i nie oswoiły granic między różnymi światami przeżywanymi. Płaczą i śmieją się, przeżywając iluzoryczne zdarzenia. Mówi się więc, że nie odróżniają rzeczywistości od fikcji i dlatego na przykład „wierzą”, że zdarzenia, jak choćby akty przemocy pokazywane w filmach, dzieją się naprawdę. Treści są przy tym selektywnie dobierane przez media, a naturalne zdarzenia nie zasługują na ich powielanie na ekranie, a jedynie to co dziwne lub sensacyjne. W efekcie, jak pisze Bauman, chłopczyk, który dowiaduje się, że dziadek umarł, pyta: „A kto go zabił?” Nie jest tak, że dziecko żyje w rzeczywistym świecie, z którego od czasu do czasu udaje się na w wycieczkę w fikcję i wraca tam później<sup>4</sup>. Każdy z sensownych światów, które przeżywa ma równe prawa. Jedynym spoiwem tej wielości światów jest ono samo. Przekaz telewizyjny jest odbierany przez dzieci, być może konsekwentniej niż przez dorosłych, jako reprezentacja tego, co jest, nie zaś jako rzeczywistość alternatywna.

Dziecko zaczyna rozumieć dorosłe programy dużo wcześniej niż zwykło się sądzić. Autorzy książki *Jak rozmawiać z dziećmi* zauważają również, że najmniejsze budżety przeznaczane na telewizję dla dzieci znajdują zarazem wyraz i uzasadnienie w powszechnym odczuciu, że dobry program dla dzieci to taki, w trakcie którego dorosły się nudzi. Tymczasem dziecko też się wtedy nudzi, a programy dla dorosłych czyta po swojemu, adekwatnie do własnej wyobrażeń i rodzaju ciekawości. Dziecko nie uczy się wzorów zachowań dzięki prostemu naśladowaniu. Dziecko wcześniej zaczyna rozumieć to, czego słucha lub co ogląda. Niezrozumiała lub nieciekawa dla dorosłych baśń jest dla dziecka szalenie interesująca i czytelna. Warto więc przez jej pryzmat patrzeć na zakazane programy, które lubi ono oglądać. Okazuje się, że wcale nie widzi tego, co widzą dorośli, lecz możliwość, czyli prezentację tego, co je przeraża. Najbardziej przeraża, to co niemożliwe. Być może dorosłych, którzy w telewizji poszukują „mocnych wrażeń”, przyciąga ten sam mechanizm?

---

<sup>4</sup> C. E. Schaefer, T. Foy DiGeronimo, *Jak rozmawiać z dziećmi o bardzo ważnych sprawach*, Media Rodzina, Poznań 2002, s. 271–280.

Schaefer i DiGeronimo zwracają uwagę na dominację przemocy w telewizji, proszą, by przyjrzeć się typowej scenie w pierwszym z brzegu domu w USA. W telewizorze stojącym w salonie ryczą syreny wozów policyjnych pędzących w pościgu za alfonsem, który zamordował prostytutkę. Telewizor w pokoju dzieci nadaje kreskówki, których bohaterowie podczas półgodzinnego filmu ulegają zmiążdżeniu, kopią, okładają pięściami, spadają z wysokości, uderzają w przedmioty, dźgają się i grzmocą, a w gabinecie gra komputerowa każe graczowi zabijać, kraść i niszczyć ze zręcznością i perfekcyjnym wyczuciem chwili. Badacze sugerują, że przyzwolenie na to jest wśród rodziców, bo myślą oni, że ich pociechy postrzegają świat tak jak oni. Wydaje się, że dzieci wiedzą, że programy telewizyjne to nie rzeczywistość. Rodzice oczekują, że dzieci są na tyle rozwinięte, by radzić sobie samym nawet z wiadomościami, a to nieprawda. Przed ukończeniem osiemnastu lat dzieci są świadkami osiemnastu tysięcy morderstw, a telewizję odbierają inaczej niż starsi.

Badania prowadzone od wielu lat stwierdzają, że przemoc w telewizji pozostawia ślad w psychice dzieci i to na kilka sposobów. Amerykańska Akademia Pediatrów wydała opracowanie, w którym stwierdza, że są wystarczające dane, aby wysunąć wniosek, że długotrwałe oglądanie telewizji jest jedną z przyczyn przemocy i agresywnych zachowań. Badania National Institute of Mental Health stwierdzają, że przemoc w telewizji bez wątpienia prowadzi do agresywnych zachowań dzieci i nastolatków, oglądających takie programy. Dzieci reagują na przemoc w telewizji potrójnie: poprzez spadek wrażliwości: „O rany, zobacz, jak mu krew tryska z głowy. Super!”, przez działania naśladowcze: „Zejdź mi z drogi waźniaku, bo cię skopię.” i nadmierny strach: „Nie gaś światła, boję się.” Zbyt częste oglądanie przemocy w telewizji może powodować, że dzieci postrzegają świat jako wrogie niebezpieczne miejsce, w czego rezultacie może dojść do rozwinięcia tego, co doktor George Gerbner z Uniwersytetu w Pensylwanii nazywa syndromem podłego świata. Jest to wiara, że zbrodnia i przemoc są dominującymi elementami naszego świata. Rodzice powinni ograniczyć oglądanie telewizji przez dzieci, które są świadkami średnio dwudziestu aktów przemocy podczas każdej godziny oglądania TV. „Jeśli codziennie wyłączysz TV na kolejne pół godziny, zmniejszysz liczbę oglądanych przez dzieci aktów przemocy o siedemdziesiąt przypadków na tydzień” – dodają badacze. Zalecają, aby rodzic zobaczył z dzieckiem choć raz program regularnie przez niego oglądany, by zdecydować, czy nie zakazać jego oglądania. Należy wyjaśnić, dlaczego tego zabraniają, powiedzieć maluchom, że gnębi ich oglądanie, jak jedni krzywdzą drugich. Ważne jest nauczanie ich krytycznego oglądania i oceniania programów TV tak, by mogły ulokować przemoc na właściwym miejscu.<sup>5</sup> „Powiedz dzieciom, to nie są prawdziwi ludzie, to są aktorzy, wyjaśnij, że przemoc jest udawana, jeśli dzieci chcą mieć scenę przemocy przekonają się, że nie jest to prawda, Sama obecność rodziców w pokoju rozładowuje napięcie, jakie występuje przy oglądaniu TV.” – piszą Anderson i Wilkins.

Kiedy w wiadomościach donoszą o uprowadzeniu, warto zapewnić dzieci, że im się to nie przytrafi, ponieważ znają obowiązujące w rodzinie zasady dotyczące kontaktów z nieznanymi i wiedzą, że nie wolno im przebywać z dala od ludzi.

---

<sup>5</sup> J. Anderson, R. Wilkins, *Żegnaj telewizorku*, Wydawnictwo Adamantan, Warszawa 2000.

W TV można znaleźć programy, które propagują uprzejmość, współczucie i hojność, tylko trzeba sobie zadać trud, by je znaleźć. Dziś jedyne chwile, kiedy rodzina jest razem, zakłóca szum telewizora, często jest on jedynym elementem zespalałym członków rodziny. „Telewizor nie jest elementem środowiska. On tworzy własne środowisko” – pisał John Leonard na łamach „New York Timesa”. Dorothy i Jerome Singer z Ośrodka Badań nad Telewizją w Yale University zaznaczają rolę efektów interferencyjnych, czyli szybkiego następstwa przedstawianego materiału, co uniemożliwia dziecku prawidłową umysłową obróbkę danych w formie powtórzenia i refleksji, w związku z czym nie uświadamia ono sobie dokładnie sensu i znaczenia kolejnych wrażeń.

Dzieci oprócz wychowawców mają rzesze anonimowych nauczycieli pojawiających się na telewizyjnych ekranach – sportowcy, aktorzy, piosenkarze, prezenterzy, którzy przekazują im dobre i złe style życia, z tymi nauczycielami spędzają więcej czasu niż z nauczycielami z przedszkola. Dzieci chcą czegoś więcej niż programów dydaktyczno-naukowych, wadą takowych jest jednokierunkowość przekazu, bo nie mogą zadawać pytań, na które otrzymują znane od razu odpowiedzi i nie ma czasu na głębsze refleksje. Czynne uprawianie sportu w wielu przypadkach zastępuje oglądanie tych rozgrywek. Dziecko bawi się w pobliżu telewizora – ruchome obrazy, barwy i dźwięki zmuszają je do przerwania zabawy i wpatrywania się w ekran, pozbawiając wielu osobistych odkryć i podmiotowego, twórczego zaangażowania. *Ulica Sezamkowa* wprowadza dzieci w świat liczb i liter, ale, co chyba ważniejsze, kształtuje w nich nawyk oglądania TV. Całkowite wykluczenie TV z życia dziecka lub poważne ograniczenie jej wpływu daje mu ogromne szanse rozwojowe, dzieci wychowywane w taki sposób są żywsze i aktywniejsze, mają więcej wyobraźni w zabawie, są zdrowsze, sprawniejsze fizycznie i swobodniejsze.

W roku 1977 Marie Winn w pracy *The Plug – In Drug* opartej na wywiadach przeprowadzonych w amerykańskich rodzinach, należących do społecznej klasy średniej, bardzo szczegółowo opisała niebezpieczeństwa związane z oglądaniem TV. Medium to stało się przyczyną wielu szkód społecznych, jak: upadek czytelnictwa, regres umiejętności władania słowem pisanym, upośledzenie życia towarzyskiego, rozbitcie rodzin, wzrost narkomanii, eskalacja przemocy i degradacja uczuciowa wśród dzieci. Autorki zachęcają do lektury, modelarstwa, biegania, doskonalenia kondycji fizycznej wyjścia do kina, sportów zespołowych, obowiązkowych prac domowych. Proponują rodzicom wprowadzenie kilku zasadniczych zmian w domach i zastosowanie reguł, takich jak np.: telewizji nie powinno się używać dłużej niż dwie godziny dziennie, zakaz włączania TV przed wyjściem do szkoły w ciągu dnia, podczas posiłków i przed odrobieniem pracy domowej. Należy usunąć telewizory z sypialni dziecięcych, a to pozwoli zmniejszyć ogólną oglądalność i ryzyko oglądania TV bez wiedzy dorosłych. Włączać odbiornik tylko wtedy, gdy chcemy zobaczyć coś wartościowego, oglądać programy razem z dziećmi, po obejrzeniu programu warto z nimi podyskutować, skrupulatnie kontrolować to, co dzieci oglądają przed snem. Emocje rozbudzone obrazami TV mogą utrudnić im zaśnięcie i zakłócić zdrowy sen. Zdecydować czy dzieci mogą oglądać TV w dni nauki szkolnej, jeśli tak to jak długo. Zasady oglądania TV w weekendy: jeśli jest za dużo niesamowitości i grozy, należy wyłączyć od-

biornik. W zamian za to należałoby wprowadzić częste czytanie książek, gazet dziecięcych przed snem co wycisza dzieci i powoduje, że są w żywym kontakcie ze swoimi rodzicami (co zostało bardziej spopularyzowane dzięki akcji: „Cała Polska czyta dzieciom”).

#### 4. WPŁYW MEDIÓW NA ROZWÓJ DZIECI I KSZTAŁTOWANIE ICH OSOBOWOŚCI W UJĘCIU PSYCHOLOGICZNYM

Negatywne oddziaływanie telewizji na dzieci, czynniki destrukcyjne: bogactwo różnorodności stacji TV z pakietu telewizji kablowej, które emitują różne programy, nawet całą dobę, (bajki, filmy przeznaczone dla dzieci i dorosłych) bez wyraźnie określonego targetu, a konkretnie grupy odbiorczej pod względem wiekowym, rodzice dla „świętego spokoju” włączają telewizję i często już małe dzieci bez ograniczeń oglądają ją dla zabicia czasu, a w małych miasteczkach i wioskach telewizor często stanowi podstawową i jedyną formę rozrywki dla dzieci i młodzieży, dzieci przychodzą ze szkoły – włączają telewizor i oglądają programy, „jak leci” – nastawiają się na odbiór różnych informacji, a w rezultacie rozbudzają się w nich fantazje, co często ma odzwierciedlenie w ich zabawach (dziś mało dzieci chce się bawić w pszczołkę Maję i Gucia, ale już Batman, Zorro czy inny bohater filmu akcji są już dla nich wzorem i inspiracją do zabaw). Oglądanie bez umiaru TV sprzyja nadmiernemu pobudzeniu układu nerwowego, który u dzieci dopiero dojrzewa.

Dziecko, oglądając TV, czerpie z programów różnorodną wiedzę, która albo go rozwija, albo przyczynia się do różnorodnych zakłóceń takich jak: nadpobudliwość, niespokojny sen, niekontrolowane i nieadekwatne do sytuacji reakcje. Może być także przyczyną wad wzroku i słuchu. Informacje docierają do odbiorców jednostronnie, dziecko – patrzy, ogląda, fantazjuje, ale są to zachowania niewerbalne, dziecko przecież nie rozmawia z telewizorem i to go zubaża.

Często telewizja zastępuje książki, poprzez np. filmy realizowane na podstawie lektur; młodzież woli obejrzeć film niż przeczytać lekturę.

Wiele dzieci cierpi na wspomniany we wcześniejszym artykule zespół ADHD, czyli nadpobudliwości psychoruchowej z zaburzeniami koncentracji uwagi. Drastyczne obrazy, nawet występujące w bajkach, mogą przyczynić się do bezsennych nocy, moczenia lub niechęci; długi czas oglądania TV powoduje zmęczenie układu nerwowego, a nawet ataki epilepsji.

Długi czas oglądania TV nie przyczynia się do rozwijania przez dziecko aktywności własnej, której sprzyjają spotkania z innymi, ani poszukiwania wiedzy.

Oglądając TV, zawęża się żywy kontakt z rodzicami, rodzeństwem – z drugim człowiekiem.

Poza negatywnymi aspektami wpływu mass mediów na dzieci możemy wyróżnić też pozytywne tj.: dostępność informacji, korzystanie z informacji telewizyjnej przyczynia się do poszerzania wiedzy na odpowiednim poziomie wiekowym, np.: programy przyrodnicze, geografia, informacja, język, programy poświęcone problemom bieżącym dzieci; dzięki telewizji, radiu w domach można śledzić, to co się dzieje w kraju, Europie, świecie, jesteśmy na



bieżący. W przypadku stwierdzenia dysleksji zaleca się korzystanie z książki „mówionej” – taśmy oraz z kaset z filmami. Często telewizja emituje programy edukacyjne.

Na zakończenie chciałabym się skupić na problemie: w jakim stopniu oglądanie przemocy oddziałują negatywnie na zachowanie dzieci?

Istnieją dwie przeciwstawne teorie: teoria katharsis i teoria stymulacji. Według tej pierwszej oglądanie przemocy i zachowań agresywnych wpływa na oczyszczenie ich z wewnętrznej agresji i spadek zachowań agresywnych (Z. Freud). Druga z kolei zakłada, że to, co oglądane będzie naśladowane i wpłynie na poglądy dziecka (filmy, zachowanie w przedszkolu, naśladowanie gwiazd, bohaterów, agresywne symbole seksu). Krzywdzenie i próby samobójcze mogą się pojawić w skutek tego, co się zobaczyło (społeczna teoria uczenia się wg. Bandury)<sup>6</sup>.

Wspomina się także o zjawisku desensytyzacji, czyli znieczulenia – bodźce często powtarzane przestają być stymulujące i zanika reakcja fizjologiczna normalnie im towarzysząca. Przemoc dokonywana na ekranie monitora może stępić wrażliwość na przemoc prawdziwą.

Poniżej przedstawione zostały jeszcze inne teorie i poglądy związane z wpływem mediów na dzieci:

- Teoria podekscytowania i podniecenia Zillmana. Podniecenie wynikające z oglądania przemocy może zostać natychmiast wyładowane na najbliższym otoczeniu.
- Teoria nowych skojarzeń poznawczych – Berkowitza. Przeżycia wywołane przez media mogą wpływać na zachowanie poprzez dostarczanie skojarzeń, obrazów, przekonań, np. oglądanie usprawiedliwionej przemocy z wysokim prawdopodobieństwem może zostać powtórzone przez widza.
- Teoria skryptów poznawczych Housemanna. Sugeruje, że media dostarczają młodym ludziom gotowych schematów zachowań agresywnych, które mogą zostać nagle powtórzone w życiu realnym.
- Hipoteza kultury Gerbnera. Zakłada ona, że poglądy i przekonania osób oglądających przemoc w TV ulegają przeinaczeniu, zaczynają oni swój rzeczywisty świat postrzegać jako zły brutalny i pełen niebezpieczeństw.

W większości powyższych teorii pojawia się pogląd zgodny ze starym sformułowaniem, że przemoc rodzi przemoc, co jest niezwykle prawdziwe i to nie tylko w tym prostym znaczeniu. Napastnik, starając się usprawiedliwić swoją przemoc, wyolbrzymia zło tkwiące we wrogu.

Amerykańscy uczeni obliczyli, że aby obejrzeć na żywo tyle aktów przemocy, ile ogląda dziecko, otrzymujemy zaskakująco przerażający wynik – należałoby żyć w środowisku przestępczym przez 580 lat.

Z badań tzw. oglądalności prowadzonych przez Ośrodek Badania Opinii Publicznej TV wynika, że polskie dziecko ogląda programy telewizyjne przez cztery godziny dziennie, a w dzień świąteczny przez 6–7 godzin. Inne doniesienia z kolei mówią, że na polskich ekranach, co cztery minuty emitowane są sceny przemocy, gwałtu, walki.

---

<sup>6</sup> E. Aronson, *Psychologia społeczna – serce i umysł*, Wyd. Zysk i S-ka, Poznań 2007, s. 511.

Autorzy agresywnych kreskówek twierdzą, że dziecko doskonale wie, co jest dobre, a co złe i świadome jest fikcyjności i fantastyczności ekranowych sytuacji. Jak bowiem jednak beztronski, dopiero uczący się świata kilkulatek może zrozumieć, że uderzając kogoś można wyrządzić mu krzywdę, skoro bajkowi bohaterowie odporni są na wszystko, a zabicie innej istoty jest drogą do ich sukcesu i sławy. Przecież przywilejem każdego dziecka jest beztronska, krótkowzroczność i nieodpowiedzialność za siebie<sup>7</sup>.

Zatrącenie poczucia granicy pomiędzy:

- rzeczywistością a fikcją,
- nieodwracalności,
- przemijania,
- śmierci i życia.

Zaciera się granica między światem realnym i medialnym

Mass media mają ogromny wpływ na zachowanie młodego pokolenia. Przekazy medialne w coraz większym stopniu nasycone są obrazami przemocy. To może prowadzić do zaniku współczucia dla innych ludzi i powstaniu zachowań agresywnych. Dlatego należy zadbać o to by mass media nie były główną, a czasami jedyną rozrywką dzieci i młodzieży.

Poniżej został przedstawiony ranking ukazujący nam w jakim stopniu dzieci i młodzież korzystają z mass mediów.

Ranking wg użytkowników (real users) dla węzła „Rozrywka/gry online” w standardowym drzewku mediów – listopad 2007

lp.	nazwa	użytkownicy (real users)	odsłony	zasięg	site-centric
1	gry.pl	404923	46377816	25,96%	tak
2	mojegry.pl	278104	15074463	17,83%	tak
3	wyspagier.pl	210419	13695639	13,49%	
4	cvr.pl	137407	814464	8,81%	tak
5	giercownia.pl	133142	9353381	8,54%	tak
6	agame.com	128883	1742586	8,26%	
7	tibia.pl	108390	10751866	6,95%	
8	miniclip.com	104819	1883329	6,72%	
9	tibia.com	97185	9711252	6,23%	
10	ubieranki.eu	96675	4761853	6,20%	

Źródło: Megapanel PBI/Gemius, listopad 2007 r. Liczebność próby: listopad N=17512. Grupa objętych badaniem: wiek 7–14 N=553. Ranking wg użytkowników (real users) dla witryn zgrupowanych w węźle „Rozrywka/gry online” w standardowym drzewku mediów. W rankingu nie zostały uwzględnione serwisy dla dzieci na portalach. Do badania wykorzystano dane o strukturze demograficznej pochodzące z badania NetTrack Millward Brown SMG/KRC.

<sup>7</sup> M.K. Grzegorzewska, *Zrozumieć agresję – przybliżenie problematyki agresji*, Bliżej przedszkola WYCHOWANIE I EDUKACJA, nr 10/49, Wydawnictwo Bliżej przedszkola, Kraków, listopad 2005, s. 10–14.

Ranking wg użytkowników (real users) dla węzła „Rozrywka/dla dzieci” w standardowym drzewku mediów – listopad 2007

lp.	nazwa	użytkownicy (real users)	odsłony	zasięg	site-centric
1	disney.pl	163517	3878821	10,48%	
2	kreskowka.pl	137389	3227974	8,81%	
3	stardoll.com	98840	7538792	6,34%	
4	everythinggirl.com	65151	888653	4,18%	
5	disney.go.com	62860	594010	4,03%	
6	dziecionline.pl	42091	194876	2,70%	
7	czasdzieci.pl	30802	395973	1,97%	
8	cartoondollemporium.com	21308	560823	1,37%	
9	puchatek.pl	19685	145519	1,26%	
10	girlsense.com	12776	25275	0,82%	

Źródło: Megapanel PBI/Gemius, listopad 2007 r. Liczebność próby: listopad N=17512. Grupa objętych badaniem: wiek 7–14 N=553. Ranking wg użytkowników (real users) dla witryn zgrupowanych w węźle „Rozrywka/dla dzieci” w standardowym drzewku mediów. W rankingu nie zostały uwzględnione serwisy dla dzieci na portalach. Do badania wykorzystano dane o strukturze demograficznej pochodzące z badania NetTrack Millward Brown SMG/KRC.

Ranking wg użytkowników (real users) dla węzła „Materiały edukacyjne” w standardowym drzewku mediów – listopad 2007

lp.	nazwa	użytkownicy (real users)	odsłony	zasięg	site-centric
1	wikipedia.org	743645	24154524	47,68%	
2	sciaga.pl	310764	5037442	19,93%	tak
3	wikimedia.org	144288	678527	9,25%	
4	bryk.pl	140733	606087	9,02%	
5	translate.pl	99233	3449554	6,36%	
6	interklasa.pl	88149	740376	5,65%	
7	shvoong.com	74441	247938	4,77%	
8	odpowiedz.pl	65609	316896	4,21%	tak
9	historycy.org	58575	208948	3,76%	
10	nauka.pl	56433	235017	3,62%	tak

Źródło: Megapanel PBI/Gemius, listopad 2007 r. Liczebność próby: listopad N=17512. Grupa objętych badaniem: wiek 7–14 N=553. Ranking wg użytkowników (real users) dla witryn zgrupowanych w węźle „Materiały edukacyjne” w standardowym drzewku mediów. W rankingu nie zostały uwzględnione serwisy dla dzieci na portalach. Do badania wykorzystano dane o strukturze demograficznej pochodzące z badania NetTrack Millward Brown SMG/KRC.

Co dziesiąty internauta w Polsce to dziecko w wieku 7–14 lat. Najmłodszy użytkownicy korzystają z sieci coraz dłużej i intensywniej. Internet w wydaniu dzieci to medium zapewniające przede wszystkim rozrywkę: 70% z nich odwiedza strony zawierające gry online – pokazuje raport Gemius dla Fundacji Dzieci Niczyje „Dzieci aktywne online”.

O 10 godzin w ciągu roku wzrósł średni czas, jaki internauta w wieku od 7–14 lat spędził w sieci. Mimo że chłopcy stanowią większy odsetek w tej grupie wiekowej internautów (53%) niż dziewczynki (47%), to młode internautki spędzają w sieci przeciętnie więcej czasu (29 godz. 40 min. w czerwcu 2007 r.).

Niemal co drugie dziecko–internauta to tzw. *heavy user* (korzysta z internetu codziennie lub prawie codziennie). Tym, co wyróżnia internautów w wieku od 7–14 lat na tle całej populacji, jest stosunkowo liczny udział korzystających z zasobów sieci kilka razy w tygodniu (34%). Może to świadczyć o dość licznej grupie dzieci, dla których korzystanie z internetu nie jest w centrum ich zainteresowań lub ograniczają je czasowo opiekunowie.

Internet dla dzieci tylko w dużych miastach? Okazuje się, że największy udział w strukturze internautów w wieku 7–14 lat stanowią mieszkańcy wsi (28%). Jednak to dzieci mieszkające w aglomeracjach (powyżej 500 tys. mieszkańców) – w porównaniu do swoich rówieśników z mniejszych miejscowości – spędzają online średnio najwięcej czasu (33 godz. 42 min.), przewyższając tym samym średnią dla całej populacji.

Co zatrzymuje dzieci w internecie? Większość swojego czasu online najmłodszy badani internauci dzielą między ROZRYWKĘ (6 godz. i 55 min.) i SPOŁECZNOŚCI (4 godz. i 45 min.).

Co prawda „Kultura i rozrywka” to kategoria najpopularniejsza w całej populacji internautów – także wśród dzieci – ale czas spędzany przez nie na tych witrynach przewyższa niemal o godzinę średnią dla całej populacji. Aż 70% dzieci aktywnych online tworzy internetową przestrzeń korzystając z serwisów społecznościowych, a 82% wybiera strony z kategorii NOWE TECHNOLOGIE.

Poszukiwanie INFORMACJI w internecie prawdopodobnie nie jest dla dzieci najistotniejsze w korzystaniu z medium. Kategoria „Informacje, publicystyka, media” cieszy się stosunkowo niską popularnością wśród najmłodszych internautów (zasięg – 63%) oraz niemal o połowę krótszym czasem na użytkownika niż średnia dla populacji.

Badając strukturę użytkowników poszczególnych kategorii, można zauważyć, że EDUKACJA zatrzymuje największą grupę wśród internatek w wieku 7–14 lat (stanowią one 5,85% wszystkich użytkowników tych witryn). Chłopcy wybierają przede wszystkim serwisy tworzące SPOŁECZNOŚCI (dopasowanie użytkowników – 6,10%).

Najmłodszy internauci wyjątkowo chętnie korzystają z możliwości grania online – 70% dzieci aktywnych online spędza czas na tego typu rozrywce. Wbrew stereotypom, witryny poświęcone grom w sieci cieszą się niemal równym zainteresowaniem dziewczynek i chłopców<sup>8</sup>.

---

<sup>8</sup> Źródło: Gemius [http://pliki.gemius.pl/Raporty/2007/Gemius\\_SA\\_Dzieci\\_aktywne\\_online.pdf](http://pliki.gemius.pl/Raporty/2007/Gemius_SA_Dzieci_aktywne_online.pdf).

## PODSUMOWANIE

Współczesne media oddziałują na odbiorcę tak, jak niegdyś mit otwierał świat na wymiar tajemnicy, przedstawiając moc, która jest w stanie wpłynąć na życie człowieka, zmienić je i przewartościować.

Mit dostarczał uzasadnienia obrzędowi a obrzęd nie tylko przekazywał treść, ale także dawał możliwość uczestniczenia w micie: „Wydarzenie, o którym opowiada mit, jest tworzone na nowo (od-tworzone) za pośrednictwa odgrywanych ról symbolicznych”.<sup>9</sup> Mit jest zarówno wyjaśnieniem, uzasadnieniem, jak i sakralną reakcją. Myśl mitologiczna koncentrowała się na tym, co dla nauki było nierozwiązywalne, zaspokajało tym samym potrzeby niemożliwe do zaspokojenia w innych systemach myślenia.

Współcześnie rolę mitu przejęły media, które to niestety nie mają na celu zaspokojenia nadania potrzeby sensowności świata oraz wiary w trwałość wartości ludzkich lecz raczej odebrania pragnienia ciągłości tychże.

Na zakończenie chciałabym zwrócić uwagę na to, że mass media są z jednej strony wspaniałym wynalazkiem, dającym duże możliwości z drugiej niestety niosący za sobą też wiele zagrożeń. Dlatego też odpowiedzialność za media leży zarówno po stronie nadawców, jak i odbiorców. Nadawcy powinni zrozumieć, że są odpowiedzialni za treść i formę programów, bo przez nie zmieniają widzów. Odbiorcy powinni pamiętać, że nie może zaszkodzić program, który nie został obejrzany, dlatego należy korzystać z mediów z umiarem i z wyborem, czyli dokonywać ograniczania czasu i krytycznego wyboru treści.

W przypadku dzieci i młodzieży odpowiedzialność tą ponoszą głównie rodzice, nauczyciele i wychowawcy.

## THE IMPACT OF MASS MEDIA ON CHILDREN

The 21th century from the standpoint of man is regarded as a time of domestication of new media technologies. During that era audiovisual media have displayed the traditional media. Written word has lost its place to television, video games, and in the Internet, which are having a major impact on people of all ages including young children.

The word “illusion” originates from the Latin word “illusio” which means to pretend, to elude. The media world has become independent in terms of the real world and started to live according to its own rules. We have started to function in two separate realities: actual reality, and virtual media reality. For some people it is very hard to distinguish two types of realities, not to mention kids, which usually perceive media reality as entirely real, actual domain.

---

<sup>9</sup> G. van der Leeuw, *Fenomenologia religii*, Warszawa 1979, s. 58.