

Mass media w ujęciu pedagogicznym

Termin „mass media” powstał w Stanach Zjednoczonych w latach 40. XX w. Termin ten odnosił się do podstawowych cech przekazu informacji, takich jak: masowość produkcji i odbioru przekazów oraz schematyczność, prostota i łatwa dostępność przekazywanych treści. W Polsce początki polskich środków masowego przekazu sięgają okresu międzywojennego, jednak podobnie jak w innych krajach związane były z przekazywaniem treści za pomocą znaku drukowanego w postaci wydawnictw i prasy. Po wojnie najistotniejszym medium stało się radio, a w połowie lat 60. – telewizja. Dzięki nim informacja dociera do coraz szerszej grupy odbiorców. W latach 80. powszechne stały się magnetowidy oraz coraz większa liczba anten do odbioru telewizji satelitarnej. Wyraźnie wzrosły wpływy zachodniej kultury masowej. Dopiero jednak w 1989 roku zasadniczo zmieniły się zasady masowej komunikacji i od tego czasu buduje się w Polsce rynek mediów, ale też wzrasta ekspansja zachodnich firm wydawniczych, telewizyjnych sieci satelitarnych, agencji reklamowych oraz producentów nośników informacji. Decydującym wyróżnikiem środków masowego przekazu jest ich wielki zasięg. Treści przez nie przekazywane mają charakter publiczny i są masowo odbierane. Nic dziwnego, iż media te stały się niezwykle użyteczne w kreowaniu określonych wzorców politycznych i działań marketingowych.

Mass media, inaczej środki masowego przekazu lub komunikowania masowego, są to urządzenia lub instytucje, za pomocą których kieruje się pewne treści do bardzo licznej i zróżnicowanej publiczności. Mass mediom można przypisać wiele funkcji użyteczności publicznej. Przypisać im można zarówno cechy pozytywne, jak i negatywne. Bardzo wyraźnie tę dwuaspektowość podkreślają ogólnie dostępne opracowania w postaci wydawnictw i publikacji [Praużner 2006]. Jest ona dostrzegana nie tylko przez wielorakie instytucje o charakterze świeckim, naukowym, ale również przez Kościół, który z racji swojej funkcji i miejsca w życiu publicznym wyraził to szczególnie wyraźnie między innymi w watykańskiej instrukcji *Aetatis Novae*, w której czytamy: „Środki przekazu potrafią zarówno umacniać, jak i niszczyć tradycyjne wartości w sferze religii, kultury i rodziny”.

Tak więc mass media tworzą podstawę systemu komunikowania się w kulturze masowej i w wysokim stopniu określają jej charakter. Ich rozwój w Polsce z powodów politycznych i ustrojowych podlegał innym mechanizmom niż w krajach zachodnich. W latach 60. problematykę tę podejmowała nie tylko opozycja wobec istniejącego ustroju, ale również prasa katolicka, kierując uwagę swoich czytelników na te zagrożenia ze strony mass mediów, o których nie

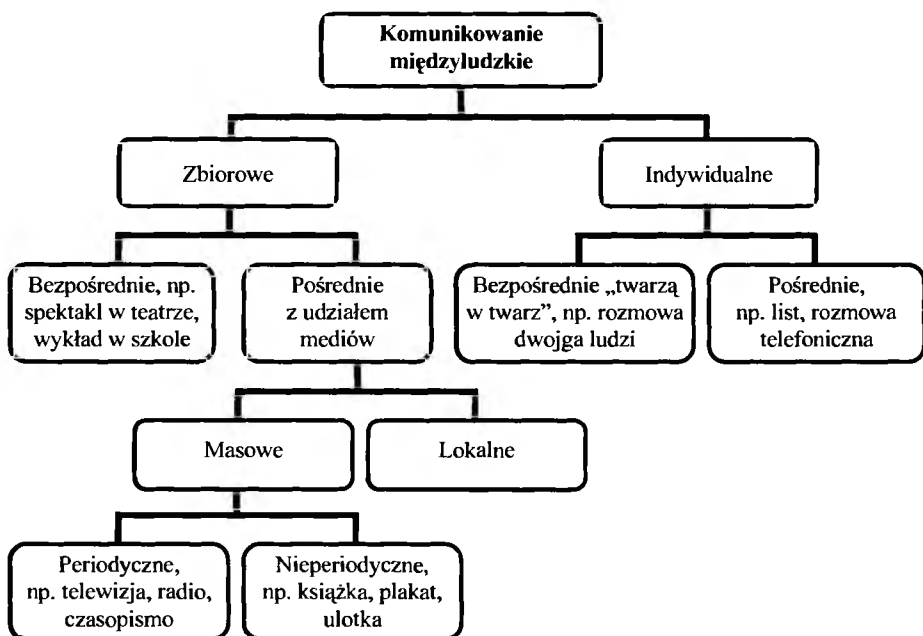
mówiło się wtedy publicznie. Kształtowała zwłaszcza krytycyzm u odbiorców mediów, wskazując na ukryte mechanizmy propagandowe.

Najczęściej spotykanym wyznacznikiem w klasyfikacji mass mediów jest rodzaj percepcji, a więc zaangażowanie odpowiedniego zmysłu w odbiorze treści. W związku z tym wyróżnia się trzy główne grupy mass mediów: wizualne, audialne (audytywne) i audiowizualne. Do środków masowego przekazu zalicza się przede wszystkim wysokonakładową prasę, radio, telewizję, fonografię (płyty, kasety), szeroko dystrybuowane filmy kinowe i wideokasety oraz wydawane w wielkich nakładach książki. W dobie rozwoju informatyki zaskakuje ona nas nowinkami. W obrębie mediów powstają nowsze – doskonalsze narzędzia przekazywania informacji szerokiemu odbiorcy. Co ciekawsze, media te wnoszą nową formę komunikacji, nie tak jak dotychczas jednokierunkową – od autora do odbiorcy, ale umożliwiają komunikację dwukierunkową, interaktywną, co daje możliwość wyrażania własnej opinii i oceny na publicznym forum.

Lista funkcji i roli, jaką pełnią w życiu codziennym, jest obecnie dość długa. Najczęściej wymienia się następujące funkcje: informacyjną, wychowawczą, integracji społecznej, rozrywkową, propagandową (ideologiczną). Oprócz nich wskazuje się często na funkcję identyfikacyjną, kontroli społecznej, urabiania opinii społecznej, upowszechniania sztuki. Obserwuje się żywiołowy wręcz rozwój nowych technik w obrębie mediów (multimediów), a wśród nich komputerów wirtualnych, programów komputerowych oraz lawinowe zwiększenie dostępu do programów telewizyjnych (łączność satelitarna) w skali poszczególnych kontynentów i całego globu. Ponieważ przekaz informacji nabrał globalnego wymiaru, przekazywana informacja nabiera nowej wartości i siły. I tu nabiera znaczenia nie tylko wymiar informacyjny, ale również pedagogiczny. Informacja dociera do środowisk zróżnicowanych nie tylko pod względem poziomu jej zrozumienia przez określone grupy społeczeństwa, ale również podlega analizie i ocenie różnych grup wiekowych [Lepa 2003]. W tym miejscu nasuwa się pytanie: W jaki sposób jest odbierana przez dorosłych i dzieci? W odpowiedzi na to pytanie pomagają nam dobrze znane dyscypliny naukowe, jak psychologia, socjologia, no i oczywiście pedagogika. Każda z tych dziedzin nauki stara się dokonać pewnej analizy i oceny zaistniałego, jakże dynamicznego i zmieniającego się procesu dostępności informacji wśród społeczeństwa. Znamy wszyscy doskonale pozytywne, jak i negatywne oddziaływanie ogólnie mediów i nie będę ich tu przypominał. Stąd u rodziców i nauczycieli często rodzi się poczucie zagrożenia i bezradności w nauczaniu i wychowaniu, a wraz z nim postulat szybkiego opracowania nowoczesnego systemu pedagogiki mass mediów, która w sposób zdecydowany określiłaby wymiar edukacyjny. Różne formy manipulowania i urabiania publiczności, które wywołują degradację osobowości człowieka i przyczyniają się do skutecznego prania mózgu, skłaniają przedstawicieli nauki do pilnego zajęcia się pedagogiką w tym wymiarze. Głównym celem więc, przed jakim stoi dzisiaj pedagogika, jest dbałość o przygotowanie młodego po-

kolenia do właściwego odbioru mediów oraz do twórczego udziału w kulturze masowej.

Poniższy schemat w sposób bardzo prosty ukazuje wzajemne związki i formy komunikacji międzyludzkiej [Źródło: Lepa 2003: 23].



Analizując literaturę z tego zakresu, zetknąłem się z licznymi definicjami pojęcia „pedagogika mass mediów”. W publikacjach można znaleźć wiele określeń omawianego zjawiska. Często pojawiającym się określeniem mass mediów jest *pedagogika massmedialna*, *pedagogika audiowizualna* czy *pedagogika środków przekazu*. Ostatnie sformułowanie jest niejasne, wieloznaczne i odnosi się raczej do środków dydaktycznych. Dwa pierwsze natomiast wskazują raczej na charakter refleksji pedagogicznej czy stosowanie mediów w praktyce wychowawczej, a nie na jej przedmiot. Dlatego też określenie *pedagogika mass mediów* nabiera wyjątkowego znaczenia, a ściślej – należy ją rozumieć tym znaczeniu, iż nie odnosi się do całej komunikacji społecznej, lecz wyłącznie do tych jej składników, których cechą istotną jest komunikowanie masowe.

Jeśli już zdefiniowaliśmy to pojęcie, należałoby się zastanowić, co stanowi główny przedmiot zainteresowania pedagogiki mass mediów. Sytuuje się ona w obszarze pedagogiki społecznej, ponieważ media są dziś znaczącym składnikiem środowiska człowieka. Pedagogika mass mediów jest samodzielną i szczególnie dyscypliną naukową obok takich dyscyplin jak pedagogika rodziny czy pedagogika szkoły wyższej. Jednocześnie czerpie ona odpowiednie treści i do-

świadczenie z nauk pomocniczych: z psychologii społecznej, socjologii, nauki o masowym komunikowaniu i innych. Pomocą służą pedagogice mass mediów również filmologia, prasoznawstwo i historia mediów [Lepa 2003: 29].

Głównym celem tej dyscypliny jest opracowanie teorii formowania postaw niezbędnych wychowankowi do takiego odbioru mediów, aby mogły się one przyczynić do wzrostu jego doskonałości intelektualnej. A więc bada ona wpływ mediów na osobowość człowieka oraz ich udział w tworzeniu się różnorodnych środowisk wychowawczych. Pedagogika mass mediów jest skierowana na człowieka jako odbiorcę mediów, będącego najważniejszym składnikiem procesu komunikowania masowego. Jednocześnie zajmuje się działalnością osób trzecich, uczestniczących aktywnie w tym procesie. Do nich zaliczyć można: dysponentów mediów (cenzorzy, propagandyści, manipulatorzy itp.) oraz różnego typu nadawców (autorzy tekstów drukowanych, reżyserzy telewizyjni, scenarzyści itp.). Od tych osób pracujących w mediach uzależniony jest w dużej mierze wpływ emitowanych treści na osobowość odbiorcy.

Podsumowując, jako najważniejsze zadania pedagogiki mass mediów można wymienić:

- pedagogika mass mediów wypracowuje cele, metody i środki właściwe dla praktyki wychowawczej, formującej wychowanków jako odbiorców mediów, które mogłyby ułatwić jednostce wszechstronny rozwój osobowości;
- pedagogika mass mediów bada siłę wpływu, zasięg i skuteczność poszczególnych środków masowego komunikowania w ich oddziaływaniu na człowieka, ukazuje media jako czynniki, które są albo szansą dla rozwoju osobowości, albo też stanowią dlań zagrożenie;
- pedagogika mass mediów, podejmując problematykę wychowawczą w relacji wychowanek – media, stawia sobie za cel pedagogizację określonych środowisk i grup osób, na których bezpośrednio spoczywa odpowiedzialność za formację dzieci i młodzieży (rodzice, nauczyciele szkół wszystkich szczebli, dziennikarze, publicyści);
- omówiona pedagogika rozpatruje media także jako pomoce dydaktyczne w ramach wychowania oraz kształcenia.

Autor zdaje sobie sprawę, iż w tak ograniczonym zakresie objętościowym pracy nie sposób dokonać głębszej analizy danego tematu. Temat ten jest niewątpliwie ciekawy do dalszych badań i przemyśleń. Wspomniane uwagi są o tyle ciekawe, iż odnoszą się do nas bezpośrednio, stanowią często niewidoczną otoczkę naszego życia prywatnego i publicznego, w której zmuszeni jesteśmy żyć i pracować.

Literatura

- Lepa A. (2003), *Pedagogika mass mediów*, red. M. Libiszowski, Łódź.
Opracowanie elektroniczne, *Środki masowego przekazu*, <http://pl.wikipedia.org>
Praużner T. (2006), *Wykorzystanie mediów elektronicznych w edukacji technicznej studentów*, materiały pokonferencyjne, Iwonicz-Zdrój.

Streszczenie

W pracy przedstawiono ogólną charakterystykę mass mediów, wyjaśniono definicję pojęcia oraz w sposób bardzo ograniczony omówiono cele i zadania mass mediów w ujęciu pedagogicznym. Pojęcie mass mediów odnosi się nie tylko do technicznych możliwości przekazu informacji, ale również posiada aspekt psychologiczno-pedagogiczny, który z punktu widzenia dydaktyki i wychowania powinien być celem analizy i dalszych badań naukowych.

Abstract

It present general characteristic of mass media in work, it explain definition of notion and limited discuss purposes to manner very and tasks of mass media in pedagogical captivation. Notion of mass media concerns for technical capability of transfer of information not only but aspect psychologically owns-pedagogical also, which from the point of view of teaching should be purpose of analysis education and farthest scientific research.