

Robert GROCHOWSKI

Gniezno

Demagogia w medialnych obrazach rzeczywistości i jej wpływ na społeczeństwo

Streszczenie: W artykule przedstawiono wpływ oraz zagrożenia jakich może doświadczać człowiek, a przez to cała struktura społeczeństwa, ze względu na istniejącą w mediach manipulację. Zaproponowano również możliwości rozwiązania tych problemów i przeciwdziałania manipulacji. Z przeprowadzonej analizy można wysnuć wniosek, że wykorzystywanie manipulacji staje się w dzisiejszej przestrzeni medialnej nie tylko coraz bardziej popularne, ale co gorsza – coraz bardziej podstępne. Przedstawia się wynaturzenia i rzeczywistość, która często budzi odrazę, wywołuje negatywne emocje, jako coś naturalnego. Powoduje to, że żyjemy w epoce konformizmu, który coraz mocniej przybiera na sile. Ulegając wpływom, ludzie coraz częściej nie potrafią jednoznacznie określić zła jako zło, a dobro nazwać dobrem. Oczywiście nie można całkowicie przekreślać mediów w tym telewizji, gdyż służą one też prawdzie i przekazują informacje, a będąc ich nośnikami są bardzo ważnym elementem funkcjonowania społeczeństwa. Można jedynie w sposób świadomy wybierać treści, które widz będzie oglądał. Przedstawiony problem wskazuje jednak, że manipulacja obecna w telewizyjnych obrazach rzeczywistości niekorzystnie wpływa na kształtowanie społecznych relacji i z czasem doprowadzić może do wzrostu agresji, przemocy, seksualizacji społeczeństwa i pozbawienia go wszelkiego tabu.

Słowa kluczowe: demagogia, media, społeczeństwo, wpływ, lęk

Demagogia rozwinęła się już w starożytnej Grecji, lecz pierwotnie miała nieco inne niż współcześnie znaczenie. Po grecku znaczy to „prowadzący lud”. Nazywano tak doskonałych mówców, potrafiących wpływać na decyzję zgromadzenia ludowego. Współcześnie słowo to oznacza po prostu kłamanie na rzecz zdobycia poparcia społecznego, w różnych obszarach ludzkiej egzystencji.

Za demagogię uważane są kłamstwa, składanie popularnych i efektownych, ale niedających się spełnić obietnic, czyli populizm, albo składanie obietnic bez intencji ich realizacji oraz stosowanie nielogicznych, ale przekonujących argumentów.

W świecie mediów toczy się nieustanna walka o odbiorców. Wpływ mediów i przekazów przez nie emitowanych potrafi kształtować osobowość jednostki, a przez to całego społeczeństwa. Media są z całą pewnością narzędziem opiniotwórczym i w coraz większy oraz szerszy sposób wykorzystują te możliwości.

Nie ma żadnej wątpliwości co do tego, że człowiek jest istotą społeczną. Z tego prostego stwierdzenia można wyciągnąć wniosek, że każda osoba przeżywa wewnętrzne napięcia związane z dokonywaniem wyborów – między tym, co jest jej indywidualnością, a tym, co dziś określamy mianem konformizmu (Aronson, 2005, s. 22). O ile indywidualność jest czymś przypisanym naturze każdego człowieka (wszak nie ma dwóch takich samych osób), to przyjmowanie postawy wynikającej z definicji konformizmu już nie. Jest to bezkrytyczne podporządkowanie się przez daną osobę wszystkim wartościom wyznawanym przez określoną grupę (Dunaj, 2001, s. 403). To zjawisko jest bardzo niebezpieczne, ale niestety coraz bardziej powszechne. Idąc dalej, współczesny konformizm można zdefiniować w sposób, który bardzo współgra z poruszonym tematem. Należy więc rozumieć go również jako zmianę zachowania człowieka lub jego myślenia pod wpływem nacisku – może być on albo faktycznym, albo wyimaginowanym – ze strony jakiejś grupy osób, bądź jednostki (Aronson, 2005, s. 27). Media bez wątpienia wywierają taki wpływ, którego odbiorca jest mniej lub bardziej świadomy. Niestety do tego „wywierania” jako jedno z narzędzi używana jest demagogia, jako jedna ze współczesnych odmian manipulacji.

Manipulacja, a więc w tym przypadku demagogia to świadoma taktyka przekonywania w taki sposób, by manipulowany nie był świadomy, że jest poddany manipulacji. Manipulacja wpływa na myślenie ofiary i jej emocje. Nie liczy się z potrzebami i interesami ofiary, ma na celu tylko korzyść manipulant – demagoga. Manipulant zaspokaja swoje potrzeby kosztem innych. Manipulowany musi wierzyć, że wszystko robi z własnej nieprzymuszonej woli. Manipulowany daje się manipulować, ponieważ nie chce ukazywać swoich słabych stron, nie chce dać się zranić, chce akceptacji, ulega światopoglądowi grupy. Wśród wielu form manipulacji w mediach, a przede wszystkim w telewizji wyróżnić można następujące: automatyzm psychologiczny, który bazuje na tym, że ludzie na pewne bodźce reagują bezrefleksyjnie; manipulację otoczeniem, która polega na takiej kreacji otoczenia, by manipulowany reagował zgodnie z zapotrzebowaniem; manipulację cudzym wizerunkiem; odpowiednią konfigurację przedstawianych informacji. Wykorzystuje się do tego następujące

narzędzia: argumenty personalne, relatywizm, wnioskowanie pozbawione sensu, przeinaczanie i przeinterpretowywanie cudzych wypowiedzi, oddziaływanie na emocje, fabrykowanie konsekwencji, kreowanie świata z nieprawdziwych przesłanek, manipulowanie znaczeniem słów, społeczne dowody słuszności, odwoływanie się do autorytetów oraz wiecznie modne stereotypy. Manipulować można także wykorzystując dysonans poznawczy, który powoduje, że ludzie zachowujący się wbrew swoim poglądom racjonalizują swoje zachowania.

Media, a przede wszystkim telewizja, sprawiają, że ludzie przez strach i obawę zaczynają w swojej podświadomości oddalać myślenie o tym, że gwałt jest przestępstwem, za które należy się napastnikowi kara, że policja jest organem, który stoi na straży prawa i jest po stronie ofiary, że każdy człowiek uczciwy powinien czuć się bezpiecznie, a przestępca mający coś na sumieniu nie może spać w sposób spokojny itp. Rodzi to pewnego rodzaju wycofanie w społeczeństwie ze swojego myślenia, a podjęcie myślenia takiego, jakie posiadają inni ze względu na bojaźń, czy też strach przed byciem odczytanym jako myślącym w sposób niekonwencjonalny. Zjawisko to zostało określone przez psychologię i ma swoje zastosowanie w działalności mediów. Chodzi tutaj o tzw. „spirale milczenia”. Ludzie, bez względu na wiek są bardzo podatni na to, w jaki sposób społeczeństwo reaguje na daną sprawę i liczą się z opinią tych, którzy są w większości. Media więc, wykorzystując taką furtkę, starają się przedstawiać (choć śmiało można tutaj użyć również słowa lansować) takie treści, które głosi bądź wyznaje większość – takie przekazy mają często demagogiczne zabarwienie. Spirala milczenia będzie więc polegała na stopniowym wyciszaniu poglądów tych, którzy są w mniejszości, natomiast jeśli dana osoba, bądź grupa zauważy, że ich opinia w większości pokrywa się z tym, co uważa większość, wyrazi ją chętniej. Wśród motywów tworzenia się owej „spirali milczenia” wymienia się dwa. Oprócz lęku przed izolacją wśród społeczeństwa, z drugiej strony jest to chęć uczenia się poprzez obserwacje zachowań innych ludzi (Noelle-Neumann, 2004, s. 60)¹. To co

¹ Autorka tej publikacji od 1947 roku dokonuje analizy wpływu opinii publicznej na działanie i zachowanie jednostek. W tej perspektywie psychologiczno-społecznej wskazuje na zagrożenia, jakie wynikają z funkcjonowania przestrzeni opinii publicznej. Wśród nich jest tworzenie się również „spirali milczenia”. Przez wiele lat pełniła funkcję dyrektora Institut für Demoskopie. Prowadzone przez ten instytut badania pokazywały życie i preferencje polityczne mieszkańców RFN. Punktem wyjścia do analizy tworzenia się „spirali milczenia” były prognozy przedwyborcze

zostanie zaobserwowane u innych jest przenoszone i stosowane w rzeczywistości obserwatora (Noelle-Neumann, 2004, s. 60–61). Człowiek, który jest z natury swojej istotą społeczną obawia się bycia odrzuconym i pozabawionym sympatii czy też uznania w oczach innych, dlatego przystaje na poglądy tych, którzy wedle jego oceny stanowią większość (Noelle-Neumann, 2004, s. 61). Odbiorcy, którzy czerpią swoje informacje bezpośrednio, mogą mniej zauważać pewne zmiany zachodzące w przestrzeni publicznej, niż ci, którzy swoją wiedzę czerpią z przekazów audiowizualnych (Noelle-Neumann, 2004, s. 180). To kolejny element pokazujący, w jak mocny sposób telewizja oddziałuje na odbiorców, a idąc dalej – kształtuje zdanie, które następnie podziela, bądź nie opinia publiczna.

Wielokrotne oglądanie danego zjawiska (przemoc, narkomania, sceny pornograficzne) może w odbiorcy zrodzić chęć wzmożonego i nie tylko teoretycznego spotkania z daną rzeczywistością. Warto odwołać się w tym miejscu do badań przeprowadzonych przez TNS Polska. Pokazują one jak wielu Polaków narażonych jest na takie przekazy każdego dnia. Z badań, które przeprowadzono w 2014 r. wynika, że 70 proc. Polaków każdego dnia ogląda telewizję, a czas tej oglądalności wynosi od 1–3 godzin w przeciągu doby (70 procent). Te same badania pokazują, że 15 proc. odbiorców z tej grupy przyznaje, że telewizja jest dla nich źródłem rozrywki (70 procent).

Rozpatrując wpływ treści przekazywanych przez media w stronę odbiorców, możemy wskazać trzy jego typy: podświadomy, kumulatywny, a także ten, który w sposób bezpośredni wywiera swoje piętno na jednostkach, a także na całym społeczeństwie (Koblewska, 1967, s. 87). Wpływ podświadomy to taki, w którym człowiek nie ma świadomości tego, że działają na niego różne techniki. Często więc, staje się on nośnikiem zmanipulowanych treści. Cechą takiego rodzaju wpływu jest jego skrytość, a ujawnienie wszelkiego rodzaju technik stosowanych przez tego rodzaju wpływ może spowodować odkrycie tego działania przez odbiorcę, na

w 1965 roku. Wszelkie analizy wskazywały na równorzędną walkę partii CDU/CSU i SPD. Pośród obiegającego opinii publiczną poglądu o tym, że największe szanse na wygraną ma partia CDU/CSU w ostatniej fazie kampanii mocno wzrasta jej poparcie, do tego stopnia, że wygrywa wybory. W roku 1972 sytuacja była podobna – sondażowe wyniki na jednakowym praktycznie poziomie, a w świadomości opinii publicznej pojawiła się wola zwycięstwa partii SPD. To pokazało jak silny jest wskazany już w tym podrozdziale konformizm. Potrafi on pozbawić indywidualizmu (także tego w myśleniu) oraz zablokować rozwój i drogę poszukiwania prawdy przez człowieka.

czym z całą pewnością nie zależy nadawcy (Koblewska, 1967, s. 87). Drugi rodzaj wpływu, określany mianem kumulatywnego, może być również niedostrzegany. Posiada on następujące po sobie etapy, a każda jedna faza przygotowuje drugą (Koblewska, 1967, s. 87). Stosując tego rodzaju wpływy, treści w pewnym momencie nakładają się na siebie w odbiorcy, przez co potęguje się ich działanie, a skutki takiego wpływu mogą być zaskakujące dla otoczenia danego odbiorcy (Koblewska, 1967, s. 87). Przykładem mogą być tutaj seriale paradokumentalne. Po obejrzeniu kilku odcinków, choć może początkowo budziły one sprzeciw u odbiorcy, spada negatywna ocena danych zjawisk, a stają się one dla odbiorcy czymś normalnym, obojętnym, najgorzej – kiedy właściwym. Wynika to z tego, że powielanie tych samych schematów (a seriale bez wątpienia są schematyczne) sprawia w pojedynczym odbiorcy, ale także i w całym społeczeństwie, zobojętnienie na dane zachowania. Ostatni rodzaj wpływu – bezpośredni, wiąże się bardzo mocno ze sferą emocjonalną, która znajduje się w człowieku (Zalewska, 1982, s. 89–92). Chodzi w tym miejscu o emocje wywoływane przez media – strach, odwaga, smutek czy też radość itp.

Siła wpływu przekazów jest tym większa im coraz szersza staje się rola mass mediów w życiu społecznym. Nie tylko stanowią one źródło informacji dla społeczeństwa o tym wszystkim co dzieje się na świecie, ale także z całą pewnością wpływają na postawy i zachowania społeczeństwa jako takiego. Warto także zwrócić uwagę na podstawowy fakt dotyczący tego, że to co determinuje rozwój społeczeństw jest kwestią wzrostu i ukształtowania konkretnego człowieka (Juszczyk, 2000, s. 39). Informacja od samego początku dziejów była i jest cechą, która pozwala na przetrwanie całego społeczeństwa (Juszczyk, 2000, s. 40). Współcześnie człowiek już nie istnieje poza przepływem informacji, gdyż wiele spraw codziennych jest właśnie o owe informacje opartych. Kiedy do tego dołączymy dzisiejszą szybkość jej rozprzestrzeniania się, nagle okazuje się, że jest to globalna sieć, która integruje całe społeczeństwa jako takie, tworząc jedno wielkie społeczeństwo informacyjne, którego kultura staje się wspólna (coś z tej i coś z tamtej) – podobne myślenie i idące za tym takie samo działanie w określonych kwestiach.

W obecnych czasach dochodzi jeszcze do tych wszystkich przekazów interakcja, jaka ma nawiązać się między człowiekiem a medium kierującym przekaz. Są programy, które wprost taką interakcję nawiązują (wszelkiego rodzaju audiotele, programy ezoteryczne i wróżbiarskie). One wszystkie też w mniejszym bądź większym stopniu odwołują się do

manipulacji ludzkim umysłem i prowokowania określonych zachowań. Przeprowadzone badania fal mózgowych u odbiorców wskazują na to, że telewizja jest medium, które w swoich przekazach audiowizualnych znacznie mniej angażuje człowieka, niż chociażby czytanie prasy drukowanej (Corcoran, 1994, s. 102 i n.). Mniejsze zaangażowanie umysłu w odbiór telewizji nie zostaje jednak przez ową interaktywność w odpowiednim stopniu rekompensowane, gdyż zachodzące na linii TV-odbiorca porozumienie jest niestety jedynie pozorne.

Przekazy, które zawierają w sobie treści nieprawdziwe są narzędziem wpływu dla ideologii i ich twórców. Jest to więc bardzo duże pole do popisu dla działań demagogicznych. Jedną z niosących największe zagrożenie metod zniekształcania obrazu rzeczywistości w społeczeństwie jest tworzenie mitów (tzw. mitów współczesnych) (Lepa, 2001, s. 19). Powstawanie tego typu mitów jest bardzo groźne z prostej przyczyny. Są one poglądem, przez który nieistniejącym faktom nadaje się znamiona prawdy (Lepa, 2011, s. 19). To powoduje, że społeczeństwo utrwała w sobie pojęcia, obrazy, które nie mają nic wspólnego z prawdą. Staje się to więc wielkim wyzwaniem dla mało obecnej dziś edukacji, czy też wychowania do mediów. Twórcy tego typu przekazów tworzą także inny problem w strukturze osobowościowej człowieka. Budują go w taki sposób, aby w jak najkrótszym czasie doprowadzić do uzależnienia od niego. Zauważalne jest to wtedy, gdy człowiek rezygnuje z czasu potrzebnego do zorganizowania i wypełnienia swoich obowiązków, a poświęca go na korzystanie z mediów (bądź oglądanie konkretnego przekazu) (Lepa, 2011, s. 20). Na takim uzależnieniu zależy twórcom tych treści, ponieważ zwiększa ono oglądalność.

Z kłamstwa działającego na jednostkę buduje się tzw. kłamstwo społeczne (Chudy, 2003, s. 493). Do jego budowania w szerokim stopniu przyczynia się również manipulacja. Należy pamiętać o tym, że człowiek dopełnia się nie jako jednostka, ale we wspólnocie, w relacji i odniesieniu do drugiego człowieka (Chudy, 2003, s. 494). Kłamstwo społeczne pojawia się wówczas, gdy określonej społeczności brakuje obiektywizmu w poszukiwaniu prawdy (Chudy, 2007, s. 164). Manipulacja więc może doprowadzić do powstania zakłamania społecznego, którego przykłady bardzo boleśnie już odcisnęły swoje piętno w historii całych społeczności. Przykładami mogą być tutaj czasy wojen, dojście do władzy Hitlera i istnienie Trzeciej Rzeszy w Niemczech, a także czasy komunizmu (Chudy, 2003, s. 499). Widać więc wyraźnie, że poprzez manipulację wywiera się silny wpływ – najpierw na jednostkach, a te wchodząc w skład szerszej

społeczności zasiewają fałsz w coraz szerszych kręgach społecznych. W ten sposób tworzy się już niemarksistowską „religię jako opium dla mas”, tylko media stają się owym opium (Tanaś, 2007, s. 219). Przejawia się to w taki sposób, że ludzie w relacjach społecznych kiedyś wydawali się być sobie bardziej bliscy, dziś obserwują wydarzenia, które podsuwa im telewizja, śledzą losy bohaterów i to oni stali się dla nich partnerami (Tanaś, 2007, s. 219). Ich życie jest dla odbiorców wyznacznikiem i szablonem własnego funkcjonowania. Tym samym ludzie w rzeczywistości zbliżając się do wirtualnych bohaterów, zaczęli się oddalać od siebie nawzajem – wpływa to w sposób niekorzystny na budowanie relacji społecznych. Człowiek zaczyna w swojej rzeczywistości funkcjonować samotnie. Zauważy to dopiero kiedy skończy się emisja danego przekazu i zginą stworzeni przez nadawców bohaterowie ich ulubionych przekazów audio-wizualnych. Wtedy jednak może okazać się, że jest zbyt późno na ponowne budowanie rzeczywistych relacji w społeczeństwie, opartych o wzajemny szacunek i zaufanie.

Nieprawdą byłoby jednak mówienie jedynie o tym, że media są tylko i wyłącznie zagrożeniem. Z całą pewnością niosą one również ze sobą pozytywne walory edukacyjne (wiedza o świecie), integrujące społeczeństwo i są nośnikami informacji. Jednak zagrożenia i ich skutki są coraz bardziej widoczne, przede wszystkim w telewizyjnych obrazach rzeczywistości.

Wśród owych zagrożeń wymienia m.in. dużą dostępność i przyzwolenie na agresję, uproszczenie norm zachowań i oferowanie postaw nacechowanych negatywnie (np. konsumpcjonizm, seks, niezdrowy tryb życia) (Izdebska, 1996, s. 13–17, 89). Takie działania mogą mieć wiele niepożądanych skutków: poczynając od wywoływania negatywnych zachowań i zaburzeń sfery emocjonalnej u dzieci, poprzez dezorganizację życia rodzinnego i czasu, po przejmowanie obowiązków wychowawczych z rodziców i instytucji, a przenoszenie ich na oddziaływanie mediów (Izdebska, 1997, s. 12–14). Największym zagrożeniem, jakie przekazy telewizyjne stawiają przed najmłodszym pokoleniem jest to, że obserwując negatywne zachowania bohaterów przejmują je jako swoje. Szczególnie chodzi w tym miejscu o agresję, która jest nie tylko obecna w filmach, serialach, ale także bardzo silnie w grach komputerowych. Są to dwa elementy przekazów, po które dziś dzieci i młodzież sięgają najchętniej. To zdecydowanie obniża wrażliwość na tego typu zachowania w społeczeństwie. Dzieci i młodzież, ale także dorośli coraz rzadziej reagują na krzywdę innych (Juszczuk, 2000, s. 95). Stosunkowo często zaś – co jest bardziej zatrwa-

zające – stają w roli agresora. Na przyjmowanie takiej właśnie roli wpływ ma również środowisko wychowania. Dzieci i młodzież, które są wyaliewane ze swoich grup rówieśniczych i nie znajdują zrozumienia u swoich rodziców, będą szukały w agresji sposobu na rozwiązanie tego typu problemów (*Wpływ telewizji*). Należy pamiętać, że wszelkiego rodzaju przemoc i agresja wpływa negatywnie na człowieka – patrząc na niego przez pryzmat fizyczności, ale również i na jego sferę duchową (Kiereś, 1995, s. 352–354). Zagrożenie to jest zdecydowanie większe z jeszcze szerszej przyczyny. Ma ono swoje podstawy często w życiu rodzinnym i organizowaniu czasu w rodzinie. Ma to również związek z organizacją rodzinnej przestrzeni medialnej. Z przeprowadzonych badań wynika, że przeszło 30 proc. badanych rodziców przyznaje się do tego, że w ich domu znajduje się więcej niż jeden odbiornik telewizyjny (Juszczuk, 2000, s. 96). Bardzo często drugi odbiornik, znajdujący się w miejscu zamieszkania rodziny pojawia się w pokoju dzieci, co powoduje, że są one narażone na nieustanny wpływ manipulacji i innych szkodliwych treści płynących z telewizji (Juszczuk, 2000, s. 96). Oczywiście problem ten występuje, kiedy rodzice nie kontrolują tego, jakie przekazy ogląda ich dziecko. Jednak nie tylko brak kontroli jest tutaj zatrażający. Także brak rozmów w rodzinie z dzieckiem o zachowaniach prezentowanych w różnego rodzaju przekazach powoduje, że wierzy ono w to, co zostało przekazane i przyjmuje to jako prawdę. Dla dziecka np. kłótnie, agresja itp. stają się wtedy czymś normalnym, czymś co jest społecznie akceptowane (*Wpływ telewizji*). Wynika to zapewne z jeszcze innego zjawiska. Przeszło 40 proc. rodziców, przyznaje się otwarcie do braku czasu na organizowanie zajęć własnym dzieciom w ciągu dnia (Juszczuk, 2000, s. 96). Kolejnym elementem złożoności tego problemu jest fakt, że niekiedy rodzice sami stają się niechlubnymi bohaterami scen związanych z kłótniami, kłamstwami, a często i agresją. Dzieci i młodzież konfrontują wtedy obrazy, które przedstawiane im zostają w telewizji z tym, co dzieje się w ich własnym domu. Taka sytuacja tym bardziej utwierdza ich w przekonaniu, że są to postawy normalne w społeczeństwie. Takie zachowania następnie przenoszą na własne rodziny i środowiska. Warto w tym miejscu ponownie odwołać się do seriali paradokumentalnych. Większość bowiem ich odcinków pokazuje właśnie kłótnie i agresję. Ma to być wedle twórców sposób na rozwiązanie wszelkich problemów w rodzinie, miejscu pracy, szkole itd. Pokazywanie nieustanne tego typu postaw jest bez wątpienia manipulacyjnym ukazaniem społeczeństwa i zachowań, które w nim są obecne (Dyczewski, 2003, s. 173). Rola manipulacji w tym przypadku

może zostać jasno zdemaskowana. Ma ona na celu stworzyć zagrożenie związane z tym, że patologię przedstawia się jako normę, a postawy bohaterów jako coś nadzwyczajnego i niecodziennego. Poza tym przekazujący takie treści doskonale wiedzą co robią. Nadawcy zdają sobie doskonale sprawę z tego, że dzieci już od najmłodszych lat są pod wpływem ich przekazów. Umieszczają więc treści zmanipulowane także w bajkach – tym co dla dziecka wydaje się być radosne, kolorowe, a dla rodziców bezpieczne do oglądania dla ich pociech. Często niestety nie zdają sobie oni sprawy z podstępności wpływów na podświadomość, czy obecności ukrytej agresji i pornografii – chociaż te stają się coraz bardziej jawne dziś, także w tego typu przekazach. Nie ma więc możliwości, aby tego typu percepcja przekazów pozostawała bez śladu i nie przejawiała swoich efektów na późniejszych etapach życia człowieka i funkcjonowania całych społeczeństw.

Kolejne zagrożenia na sferę psychologiczną wypływają z dominacji obrazu. Od wielu lat notuje się coraz większy spadek czytelnictwa, które zastępowane jest przez przekazy telewizyjne – audiowizualne (Cegieła, 1992, s. 31). Można uzależnić się nie tylko od określonego medium, ale także od rodzaju przekazu w nim obecnego. Skoro wspomniane już seriale paradokumentalne mają ciągle podobną widownię każdego dnia, należy założyć, że mają również stałych odbiorców takich, którzy każdego dnia emisji zasiadają, by obejrzeć odcinek swojego ulubionego serialu.

Należy także zwrócić szczególną uwagę na inne elementy, będące zagrożeniem sfery emocjonalno-psychologicznej u widzów. Nie jest przecież tym elementem jedynie agresja. Dziś coraz częściej wyzwaniem staje się kwestia pornografii pojawiającej się w telewizji. Nie tylko sceny związane z seksem obecne są w paradokumentach, ale także w reklamach, a nawet coraz częściej zdarza się, że w bajkach dla najmłodszych. Nic więc dziwnego w tym, że nieustannie toczy się debata nad pornografią. Przeciwnicy porno-biznesu obecnego w mediach i jego wpływów na różne produkcje (seriale, filmy, reklamy, bajki, muzykę) wyliczają skutki takiego działania, a wśród nich m.in. wzrost przestępczości na tle seksualnym, a także deprecjonowanie moralności, etyki (Zawadzka, 1979, s. 201–205). Pornografia nie tylko dokonuje zniekształcenia obrazu człowieka, ale także pozbawia daną jednostkę poczucia wstydu, budzi lęki, powoduje wzrost zachowań wulgarnych, a także jest załączkiem egoizmu. To zaś przynosi negatywny oddźwięk w relacjach społecznych.

Dla jeszcze lepszego zobrazowania zagrożeń, jakie płyną ze strony przekazów audiowizualnych, warto zwrócić uwagę na charakter odbioru

treści. Wskazać należy następujące postawy odbioru treści i antagonistyczne im odpowiedniki:

- aktywny – bierny,
- selektywny – niselektywny,
- krytyczny – bezkrytyczny (Dyczewski, 2005, s. 139).

Odbiór przekazu zależy od rozwoju umysłowego, emocjonalnego, ale także ukształtowania moralnoetycznego każdego, kto sięga po tego typu przekazy. Wszystkie treści, które przyjmowane będą w sposób, który wyrażają antagonistyczne pojęcia w stosunku do postaw pozytywnych, niosą zagrożenie dla współczesnego społeczeństwa. Warto pamiętać w tym miejscu o tym, że to jakie jest społeczeństwo, determinowane jest przez wzrost, wychowanie i ukształtowanie poszczególnych jego członków.

Do obniżenia wrażliwości w sferze emocjonalno-psychologicznej dochodzi jeszcze inny problem. Określa się go mianem choroby cywilizacyjnej. Problem ten związany jest ze sferą fizyczną każdego człowieka. Bierność odbioru przekazów powoduje negatywny wpływ na zdrowie każdego człowieka. Wady wzroku, otyłość, wszelkie skrzywienia kręgosłupa i wiele innych schorzeń stają się niestety dziś problemami całych społeczeństw. Kosztem więc oglądania takich treści nie tylko może ucierpieć psychika, ale warto pamiętać o tym, że również zdrowie fizyczne. Tego typu przekazy przyciągają uwagę i powodują, że odbiorca coraz więcej i chętniej z nich korzysta, poświęcając im więcej czasu. Tak więc widać wyraźnie już dwa aspekty negatywnego wpływu przekazów – w sferze emocjonalnej oraz fizycznej.

Z powyższej analizy wynika więc, że istnieje wiele zagrożeń ze strony przekazów audiowizualnych. Dotyczą one nie tylko dzieci i młodzieży, ale także i dorosłych odbiorców. Problemem jednak wydaje się to, że choć dostrzega się te zagrożenia to nie realizuje się ich rozwiązań. Pamiętać należy o tym, że jedynie świadomość treści, obrazów i mechanizmów odpowiadających za sterowanie przekazami jest istotnym warunkiem do tego, aby móc korzystać z mediów. Odnalezienie sposobów na to, aby walczyć z manipulacją może jednak przysporzyć sporych problemów. Wynika to z tego, że ci, którzy ją wykorzystują stosują coraz to nowsze i bardziej podstępne metody.

Świadomość odbiorcy to faktycznie istotny element nierównej walki ze światem manipulacji, który istnieje w mediach. Jest to bardzo istotne, bo wobec niej nie można być obojętnym. Brak wyraźnego sprzeciwu ze strony odbiorców tego typu treści, daje przyzwolenie ich twórcom na jeszcze szerszą emisję i doskonalenie warsztatu kłamstwa. Tak więc skutki,

jakie wynikają z oddziaływania telewizyjnych przekazów, wpisują się w to jak wysokie kompetencje mają ich odbiorcy. Wzrost i kształtowanie tych kompetencji pomóc może we wzroście świadomości odbioru.

Istotnym sposobem na przeciwstawienie się docierania niewłaściwych (manipulacyjnych) przekazów jest ukształtowanie w człowieku umiejętności dokonywania wyborów, a także zdolności do analizowania i oceniań tego, co zostało przedstawione. Wpisuje się to w posiadanie tzw. kompetencji medialnych. Określane są one jako „wyposażenie człowieka w takie umiejętności, które w nowoczesnym społeczeństwie pomagają mu wszechstronnie korzystać z mediów dla swojego pełnego rozwoju” (Dyczewski, 2005, s. 345). Odbiorcy, którzy nie posiadają wyrobionych tego typu kompetencji w istniejącym społeczeństwie informacyjnym są narażeni na bardzo poważne niebezpieczeństwa. Są nieprzygotowani do obecności i prawidłowego funkcjonowania w przestrzeni życia publicznego (Cwalina, 2001, s. 29). Wszystkie kompetencje, które powinny być ukształtowane w świadomym odbiorcy związane są z następującymi pojęciami: aktywność w odbiorze przekazów (nie zaś bierność), umiejętność selekcji materiału oraz krytycyzm w stosunku do tego, co odbiorca widzi.

Do właściwego odbioru mediów, a przez to przeciwstawienia się manipulacji, ważna jest także indywidualna znajomość podstawowych działań, technik i mechanizmów wykorzystywanych przez mass media. Różnice są widoczne w każdym medium. Inaczej na swoich odbiorców oddziałuje telewizja, inaczej radio i zupełnie inaczej prasa drukowana czy Internet. Poznanie funkcjonowania mediów daje szerokie spektrum i otwiera nowe możliwości walki z manipulacją. Zaznajomienie się z elementami występującymi w mediach jest ściśle związane z wychowaniem do ich odbioru.

Medialna edukacja stawia więc na inne wartości i stosuje zdecydowanie inne metody niż podstępna demagogia. Dlatego tak bardzo istotnym jest prawidłowe wychowanie do odbioru mediów, zarówno młodszych, jak i starszych uczestników tego medialnego świata. Oczywiście nie można w sposób arbitralny narzucać ludziom konkretnych przekazów czy mediów, jako jednoznacznie dobrych bądź negatywnych – może to przynieść odwrotne skutki. Właściwszym więc sposobem jest ukazywanie skutków (następstw) podatności na różnego rodzaju wpływy, w tym na manipulację i treści przekazywane przez media audiowizualne.

Pomocne przy walce z manipulacją i w wychowaniu medialnym jest również poznanie własnych emocji, myślenia, tego co jest słabe w człowieku. Przez poznanie swoich wad i zalet odbiorca jest w stanie skutecz-

niej bronić się, gdyż najczęściej te słabe punkty wykorzystywane są przez manipulatorów (Grzywa, 1997, s. 15).

Jeszcze innym, aczkolwiek bardzo ważnym elementem walki ze manipulowanymi treściami jest działanie na obszarze „ikonosfera” – „logosfera”. Przesyt obrazu należy więc w tym przypadku zastąpić słowem. Nim pojawił się obraz było ono czymś pierwotnym. Dla całego społeczeństwa słowo jest istotnym elementem funkcjonowania i przepływu informacji, kultury, tradycji itp. Dziś świadomy odbiorca z pewnością zauważy zachwianie proporcji będących między jednym elementem a drugim. Mocno zauważalna obecnie jest dominacja obrazu nad słowem, nawet jeśli chodzi o przekazy audiowizualne, gdzie wydawać by się mogło następować powinna równowaga między obrazem a słowem.

„Ikonosfera” ma ogromny wpływ na człowieka, a dzięki „logosferze”, która powinna przenikać wiele obszarów (słowo mówione, czytane, słuchane i pisane) odbiorca jest w stanie wyrobić w sobie właściwy dystans do mediów i lepiej dostrzegać zagrożenia w nich obecne (Lepa, 2011, s. 53). „Logosfera” jest w stanie uchronić odbiorcę przed zdominowaniem jego percepcji mediów przez sam obraz (Lepa, 2011, s. 54). W centrum „logosfery” zawsze znajduje się człowiek, nie zaś chęć zawładnięcia nim przez kulturę, a dziś raczej antykulturę obrazu. Tworzenie więc sfery słowa jest sposobem na obronę przed treściami, które niesie obraz sam w sobie. Słowo również tworzy media, jest istotnym ich narzędziem. Jednak powinno być ono dobrze wykorzystywane i nie stawać się nośnikiem zagrożenia dla społeczeństwa.

W telewizyjnych obrazach rzeczywistości przedstawia się wynaturzenia i rzeczywistość, która często budzi odrazę, wywołuje negatywne emocje, jako coś naturalnego. Powoduje to, że żyjemy w epoce konformizmu, który coraz mocniej przybiera na sile. Ulegając wpływom, ludzie coraz częściej nie potrafią jednoznacznie określić zła jako zło, a dobro nazwać dobrem. Tej indoktrynacji odbywającej się za pomocą przestrzeni medialnej coraz częściej poddawane są różne grupy społeczne.

Oczywiście nie można całkowicie przekreślać mediów w tym telewizji, gdyż służą one też prawdzie i przekazują informacje, a będąc ich nośnikiem są bardzo ważnym elementem funkcjonowania społeczeństwa. Można jedynie w sposób świadomy wybierać treści, które widz będzie oglądał. Trochę jednak zatrważa liczba osób, które ulegają w pełni telewizyjnym przekazom.

Przedstawiony problem wskazuje, że manipulacja (demagogia) obecna w telewizyjnych obrazach rzeczywistości niekorzystnie wpływa na

kształtowanie społecznych relacji i z czasem doprowadzić może do wzrostu agresji, przemocy, seksualizacji społeczeństwa i pozbawienia go wszelkiego tabu. Jest to obszar, któremu z pewnością należy się baczniej przyrzeć, gdyż tego typu treści coraz częściej stają się i informacją, i rozrywką – a to stwarza bardzo duże zagrożenie dla potencjalnego widza.

Bibliografia

- 70 procent Polaków codziennie ogląda telewizję, <http://www.wirtualnemedial.pl/artykul/70-proc-polakow-codziennie-oglada-telewizje-dla-15-proc-to-glowne-narzedzie-rozrywki>, 5.03.2015.
- Aronson E. (2005), *Człowiek istota społeczna*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Cegiela A. (1992), *Kryzys słowa rodzi się na rozstajach...*, w: *Opisać słowa. Materiały konferencji „Teoretyczne i metodologiczne zagadnienia leksykologii” Warszawa 4–5 III 1992 r.*, red. A. Markowski.
- Chudy W. (2003), *Filozofia kłamstwa. Kłamstwo jako fenomen zła w świecie osób i społeczeństw*, Oficyna Wydawnicza Volumen, Warszawa.
- Chudy W. (2007), *Spółczesność zakłamana. Esej o społeczeństwie i kłamstwie – I*, Oficyna Naukowa, Warszawa.
- Corcoran F. (1994), *Telewizja jako aparat ideologiczny: Władza i przyjemność*, w: *Po kinie?... Audiowizualność w epoce przekazników elektronicznych*, red. A. Gwóźdź, Wydawnictwo Universitas, Kraków.
- Cwalina W. (2001), *Generacja Y – ponury mit czy obiecująca rzeczywistość*, w: *Internet – fenomen społeczeństwa informacyjnego*, red. T. Zasępa, Edycja Świętego Pawła, Częstochowa.
- Dunaj B. (red.) (2001), *Słownik współczesnego języka polskiego*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Dyczewski L. (2003), *Rodzina twórcą i przekazicielem kultury*, Towarzystwo Naukowe KUL, Lublin.
- Dyczewski L. (2005), *Konieczność kompetencji medialnych w rodzinie*, w: *Rodzina, dziecko, media*, red. L. Dyczewski, Wydawnictwo Gaudium, Lublin.
- Dyczewski L. (2005), *Media elektroniczne a proces wychowania w rodzinie. Wyzwania dla edukacji medialnej*, w: *Rodzina, dziecko, media*, red. L. Dyczewski, Wydawnictwo Gaudium, Lublin.
- Grzywa A. (1997), *Manipulacja. Mechanizmy psychologiczne*, Mad Graf, Kraśnik.
- Izdebska J. (1996), *Rodzina, dziecko, telewizja – szanse wychowawcze i zagrożenia telewizji*, Wydawnictwo Trans Humana, Białystok.
- Izdebska J. (1997), *Czy telewizja zagraża rodzinie*, „Problemy opiekuńczo-wychowawcze”, nr 1, Instytut Wydawniczy Związków Zawodowych, Warszawa.

- Juszczak S. (2000), *Człowiek w świecie elektronicznych mediów – szanse i zagrożenia*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice.
- Kiereś H. (1995), *Zagłada – przemoc – manipulacja*, „Człowiek w kulturze”, nr 6–7, Wydawnictwo Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego, Lublin.
- Kobelewska J. (1967), *Szkoła i środki masowego oddziaływania*, Państwowe Zakłady Wydawnictw Szkolnych, Warszawa.
- Lepa A. (2007), *Pedagogika mass mediów*, Archidiecezjalne Wydawnictwo Łódzkie, Łódź.
- Lepa A. (2011), *Media w świecie słowa*, Edycja Świętego Pawła, Częstochowa.
- Noelle-Neumann E. (2004), *Spirala milczenia*, Wydawnictwo Zysk i Sp-ka, Poznań.
- Tanaś M. (2007), *Kształcenie pedagogów i nauczyciel @ media*, w: *Manipulacja. Media. Edukacja*, red. B. Siemieniecki, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń.
- Wpływ telewizji na zachowanie dzieci*, <http://www.niebieskalinia.pl/pismo/wydania/dostepne-artykuly/4474-wplyw-telewizji-na-zachowanie-dzieci>, 6.03.2015.
- Zalewska S. (1982), *Jak reaguje dziecko na bodźce strachu emitowane przez ekran TV?*, „Zagadnienia Wychowawcze a Zdrowie Psychiczne”, nr 5–6, Polskie Towarzystwo Higieny Psychiczej, Warszawa.
- Zawadzka D. (1979), *Pornografia w środkach masowego przekazu*, „Przekazy i opinie”, nr 3, Wydawnictwa Radia i Telewizji, Warszawa.

Demagogy in media images of reality and its influence on society

Summary

The paper explores the influence and danger to both the individual and society as a whole stemming from media manipulation. It proposes possible solutions to the problem and ways of counteracting such manipulation. The analysis leads to the conclusion that the abuse of manipulation in today's media space is not only becoming more widespread, but even worse – it is becoming more devious. It presents an image of perversity and a reality that often arouses negative emotions or even disgust as something natural. This leads to the fact that we are living in an era of ever-increasing conformity. Under the influence of the media, more and more often people are unable to unambiguously identify evil and good. Of course, the media, including television, cannot be entirely discounted as they can serve the truth and they do transmit information, and as a transmitter of information they constitute an important element of a functioning society. All we can do is to consciously select the content for the viewer to watch. This problem illustrates, however, that the manipulation present in televisual images of reality negatively affects the construction of social relations and can in time lead to a rise in aggression, violence, the sexualisation of society and depriving it of taboos.

Key words: demagogy, media, society, influence, fear