

FRANCISZKA WANDA WAWRO
Lublin

SELEKTYWNOŚĆ RECEPCJI MASS-MEDIÓW U MŁODZIEŻY SZKÓŁ ŚREDNICH I ŚRODOWISKOWE CZYNNIKI KSZTAŁTUJĄCE JEJ POZIOM

Przegląd wieloaspektowych badań społecznych dotyczących środków masowego przekazu pozwala na wychwycenie obserwowanej obecnie tendencji do nadawania mass-mediom coraz większego znaczenia, gdy chodzi o ich możliwości wpływu na życie społeczne, kulturę i wychowanie.

Niekwestionowanym faktem jest to, że w odniesieniu do współczesnej młodej generacji mass-media stanowią istotny element środowiska wychowawczego. Kreują one swoistą sytuację wychowawczą, ale stawiają także przed nowymi problemami wychowawczymi, które – zwłaszcza w odniesieniu do młodzieży – sygnalizują pedagodzy, socjologowie, psychologowie, rodzice, wychowawcy¹.

Charakterystyczna dla młodego wieku chłonność recepcji – ujawniająca się szczególnie w odbiorze atrakcyjnych środków przekazu, a więc tych, które mają duże możliwości operowania kolorem, dźwiękiem, obrazem – warunkuje niejednokrotnie u odbiorców poświęcających mass-mediom wiele czasu powstanie nawyku bierności wobec przekazywanych treści czy wręcz postawę bezrefleksyjną i konsumpcyjną. Zjawisko bierności u młodych odbiorców wiąże się bezpośrednio z brakiem odpowiedniego przygotowania do takiego korzystania ze środków masowej komunikacji, by służyło ono rzeczywistemu rozwojowi zainteresowań, dociekliwości, wzbogaceniu własnych odczuć estetycznych i moralnych. Problem ten stawia przed tradycyjnymi środowiskami wychowawczymi (rodziną, Kościołem, szkołą) zadanie ukształtowania w postawie młodych recipientów tzw. bariery selekcyjnej, pełniącej rolę swoistego filtra ochraniającego przed dosłownym, całościowym, bezwzględny wpływem treści masowego

¹ Najważniejsze z tych problemów to: zewnątrzsterowna osobowość ukształtowana przez mass-media, bierność, konsumpcyjna postawa jako efekt ulegania lansowanym wzorom, słabo rozwinięta wyobraźnia, trudności w wypowiedaniu się czy – jako skutek „uzależnienia” od ekranu telewizyjnego – syndromy choroby telewizyjnej, zaburzenia neuropsychiczne, stany lękowe itp.

przekazu na ostateczny kształt doświadczeń i doznań, a w rezultacie sposobów wartościowania i postaw młodzieży.

Rodzi się pytanie, jak zadanie to jest podejmowane w rzeczywistym oddziaływaniu wychowawczym wymienionych środowisk?

Do tej pory nie ma wielu badań na ten szczegółowy temat. Brakuje danych, które pozwoliłyby ustalić, na jakim poziomie sytuują się dotychczasowe działania formacyjne rodziny, Kościoła i szkoły kształtujące postawę selekcyjną młodych odbiorców mass-mediów. Wiemy, że taka postawa dałaby szansę ochrony młodzieży przed niepożądanymi wpływami ideologii wypływającej z mass-mediów, a w konsekwencji przed taką sytuacją, w której środki masowego przekazu stają się głównym podmiotem wychowującym.

Podejmując sygnalizowany problem, w artykule przeanalizowane będzie najpierw samo zagadnienie mechanizmów wpływu wychowawczego mass-mediów na odbiorcę oraz czynników, które mogą decydować o skutkach ich oddziaływania. W tym kontekście ważne jest także rozumienie samego pojęcia selektywności recepcji. Na tle wyników nielicznych – jak dotąd – badań na temat recepcji środków masowego przekazu podjęliśmy także próbę orientacyjnej diagnozy, ukierunkowanej pytaniem, jak młodzież dostrzega i ocenia działania rodziny, szkoły, Kościoła, ale także środowisk rówieśniczych, jeśli chodzi o jej przysposobienie do selektywnego odbioru mass-mediów. Ilustracją faktycznego stanu tych oddziaływań będzie stwierdzony w badaniach poziom selektywności odbioru treści masowego przekazu w przypadku wybranej próby młodzieży różnych typów szkół średnich.

I. ZMIENNE OKREŚLAJĄCE WYCHOWAWCZY WPŁYW ŚRODKÓW MASOWEGO PRZEKAZU NA ODBIORCĘ

Analizując wpływ wychowawczy mass-mediów – jeszcze bez określenia *ad hoc*, czy jego rezultat jest konstruktywny, czy deformujący dla osobowości lub postawy odbiorcy – nie bierzemy w tym miejscu pod uwagę tej koncepcji, która interpretuje zasadę przebiegu omawianego zjawiska na wzór mechanicznego sprzężenia bodźca i skutku, a więc określonych treści przekazu z natychmiastową, także określoną reakcją odbiorcy². Postawy, sposób myślenia i wartości-

² W behawioralnym ujęciu, z którego wyprowadzamy tzw. tradycyjny model interpretacji wpływu mass-mediów na odbiorcę, przyjęto schemat: „przekaz – przyswojenie – postępowanie według określonego wzoru”; por. J. K o b l e w s k a, *Propaganda i wychowanie*, Warszawa 1974, s. 142-143.

wania osoby są bowiem wynikiem długofalowego, ale konsekwentnego procesu doraźnie nieuchwytnych oddziaływań różnego typu zmiennych. Powołując się na teorię zmiennych pośredniczących, można za jej twórcą E. G. Tollmannem stwierdzić, że dla całościowego tłumaczenia obranych zachowań jednostki nie można odwoływać się wyłącznie do siły działania bodźca. Zachowania ludzkie bowiem cechuje zmienność, co w tym przypadku oznacza, że poszczególne osoby mogą reagować odmiennie na ten sam bodziec. Obok zmiennej niezależnej, jaką jest bodziec, i zmiennej zależnej, którą jest reakcja, należy brać pod uwagę działania także innych czynników pośredniczących. Mogą nimi być uwarunkowania psychiczne, społeczne, kulturowe. J. Klapper precyzuje, że tymi czynnikami pośredniczącymi są predyspozycje osobowościowe, bezpośrednie kontakty międzyludzkie stanowiące kanał przekazu informacji, opinii i poglądów, ale także autorytet przywódców grupowych i ich opinie³. Odnosząc tę zasadę do oddziaływania mass-mediów, zmiennymi decydującymi o ostatecznym „kształcie” odbioru i jego skutkach są: treść przekazu i – według McLuhana⁴ – sam „przekaznik” (przez który można rozumieć specyfikę danego środka, jego techniczne możliwości, „prestż”), jak również predyspozycje psychiczne odbiorcy oraz środowiskowe czynniki (zwłaszcza małe grupy), stanowiące – poprzez działania wychowawcze – swoisty filtr dla przekazywanych treści.

W ujęciu socjologów i pedagogów istotnymi zmiennymi są właśnie wychowawcze i formacyjno-korekcyjne wpływy środowiskowe. Mogą one stanowić mogą barierę selekcyjną dla pożądaných z punktu widzenia celów wychowawczych oddziaływań ze strony mass-mediów, czyli takich zmiennych bezpośrednio działających, jak treść i techniczny sposób przekazu. Wiodące znaczenie w tych wychowawczych lub formacyjno-korekcyjnych zabiegach należy przyznać podstawowym układom odniesienia, czyli rodzinie i współpracującym z nią szkoła i Kościołowi, a w sposób niezamierzony, choć istotny, także grupom rówieśniczym⁵.

³ Tamże, s. 145-146.

⁴ Według McLuhana „sam przekaznik jest przekazem”. W konsekwencji oznacza to, że środki społecznego przekazu formują osobowość odbiorcy poprzez swoistą zdolność do „przedłużenia ludzkich zmysłów”. Kształtują one poglądy i określone widzenie rzeczywistości przez pryzmat techniki potęgującej działanie poszczególnych zmysłów, umożliwiającej także powstawanie nowej kategorii wrażeń i spostrzeżeń; zob. H. R o t k i e w i c z, *Pedagogiczne aspekty teorii środków masowego przekazu*, Wrocław 1983, s. 22n.

⁵ Należy zaznaczyć dwie podstawowe funkcje wymienionych, tradycyjnych środowisk wychowawczych: 1) normatywną – chodzi w niej o przekaz wartości, poglądów, norm postępowania, wzorów osobowych; 2) komparatywną – która wynika z przynależności i uczestnictwa w określonej grupie, co daje bazę, punkt odniesienia dla konfrontacji wielorakich wpływów zewnętrznych.

W rzeczywistości na recepcję mass-mediów – jak stwierdzają na podstawie własnych badań J. i M. Rillewowie, B. Berelson, P. F. Lazarsfeld, J. Komorowska, J. Gajda, J. Koblewska, J. Chrapek – największy wpływ wydaje się wywierać rodzina i grupy rówieśnicze. Według wymienionych autorów, wpływy tych środowisk mają jednak charakter działań nie ukierunkowanych na określone cele formacyjne. Są znaczące, ale pośrednie, gdyż decyduje tutaj zarówno mechanizm rozbudzania i zaspokajania w tych środowiskach określonych potrzeb i aspiracji, jak i dominujący typ doświadczeń intelektualnych i emocjonalnych, nabytych w toku naturalnego procesu wychowawczego. W pewnych okolicznościach środowiska te warunkują większą otwartość wychowanków na wpływy mass-mediów. Jeśli chodzi o rodzinę, istotnym czynnikiem warunkującym odbiór środków masowego przekazu jest właściwy klimat psychologiczny, od którego zależy zaspokojenie potrzeby miłości, poczucia bezpieczeństwa, bliskości, przynależności, wzoru, ideału⁶. Niezaspokojenie tych potrzeb (niewłaściwy klimat emocjonalny) warunkuje większą zależność dziecka od wpływów na nie mass-mediów. Badania J. Komorowskiej potwierdzają m.in. istnienie tego rodzaju negatywnej zależności, jeśli chodzi o młodych odbiorców telewizji. Autorka badań stwierdza, że „nałogowymi telewidzami bywają dzieci podległe procesowi frustracji i osamotnienia [...] Atrakcyjność programów telewizyjnych, podobnie jak filmów, książek, słuchowisk radiowych, wiąże się z ich zdolnością zastępczego zaspokajania potrzeb tych dzieci”⁷. Podobnie uważa O. Lipkowski. Według niego, dzieci z rodzin patologicznych chętniej oglądają telewizję, preferując w niej przede wszystkim filmy pobudzające sferę afektywną, co stanowi dla nich jak gdyby ekwiwalent niezaspokojonych oczekiwań w sferze uczuć⁸. Zależność między ilością czasu przeznaczanego na odbiór programów telewizyjnych a odczuciem nieusatisfakcjonowania w sferze potrzeb emocjonalnych dzieci i młodzieży podkreślają – na podstawie swych badań – M. Keilhacker, E. Warem, J. Komorowska, I. Izdebska. W ich badaniach zostało ujawnione zjawisko swoistego uzależnienia się młodych odbiorców od środków masowego przekazu, nie tylko w przypadku, gdy rodzina jest wyraźnie patologiczna, ale także w sytuacji, jeśli nie ma odpowiedniego zainte-

Dzięki tym właśnie funkcjom w środowiskach wychowawczych ma się szansę kształtować – celowo lub nieświadomie – selektywność odbioru mass-mediów.

⁶ E. L e s z c z u k, *Wychowanie prospołeczne*, [w:] *Wychowanie w rodzinie*, red. F. Adamski, Kraków 1983, s. 303.

⁷ J. K o m o r o w s k a, *Telewizja w życiu dzieci i młodzieży*, Łódź 1964, s. 13

⁸ *Wpływ środków masowego przekazu na kształtowanie społeczno-moralnej postawy dzieci i młodzieży*, [w:] *Resocjalizacja*, red. O. Lipkowski, Warszawa 1974, s. 61-63.

resowania sprawami i potrzebami dziecka. Dodatkowym czynnikiem zwiększającym w takich rodzinach wpływ mass-mediów na dziecko jest brak kontroli ilości czasu, jaki dziecko poświęca na recepcję. W takich sytuacjach oddziaływanie środków przekazu może być niejednokrotnie bardziej znaczące niż zabiegi wychowawcze rodziców. Istotną rolę odgrywa tu autorytet rodziców. Zależność między wpływem autorytetu rodzicielskiego a zaistnieniem „autorytetu mediów” trafnie wyraża Z. Grzegorski, stwierdzając: „Odporność na siłę perswazji mediów kształtują w ogromnej mierze tzw. osoby znaczące, wśród których długo nieraz i przez całe życie pozostają dla dziecka i młodego człowieka jego rodzice”⁹. Autorytet rodziców jest wypadkową wielu zmiennych. Wśród nich wykształcenie i poziom kulturalny rodziców są czynnikami wpływającymi tak na ich umiejętność sugestywnego przekazu dzieciom własnych opinii i ocen (także w odniesieniu do treści masowego przekazu), jak i na ukształtowanie aspiracji, potrzeb i zainteresowań na pożądanym poziomie. (Zależność między poziomem wykształcenia rodziców a wyborem określonych treści w mass-mediach wychwyciły cytowane badania J. Komorowskiej i J. Chrapka).

Duże znaczenie dla preferencji określonych wartości w środkach społecznego przekazu, typu zainteresowań i upodobań estetycznych dziecka ma przyjęty w rodzinie styl oddziaływań wychowawczych. Według opinii J. Gajdy, styl autokratyczny daje szansę skutecznego wpływu na dobór poświadczonych programów i treści w mediach tylko w odniesieniu do dzieci w młodszym wieku. W wieku dorastania styl ten powoduje najczęściej skutek przeciwny do pożądanego. Autorytarne działania rodziców wywołują najczęściej bunt i sprzeciw młodzieży, która kieruje swe zainteresowania właśnie ku treściom zakazanym, a oparcie i akceptację w tych przypadkach znajduje w grupie rówieśniczej. Liberalny styl oddziaływań wychowawczych, umotywowany potrzebą ukształtowania w dziecku zdolności do samodzielnych wyborów i decyzji bez pobudzenia w nim odpowiednich zainteresowań i zamiłowań, owocuje najczęściej trudnościami dziecka w ocenie treści wartościowych i odróżnieniu ich od destrukcyjnych. W takich sytuacjach można mówić o przypadkowo ukształtowanym kryterium „wewnętrznego wyboru” zainteresowań, zamiłowań i gustów. Najbardziej konstruktywny wydaje się styl demokratyczny, w którym nie tyle zakazy, groźby, stosowane kary, kontrola czy – przeciwnie – absolutny brak ukierunkowania decydują o formacji właściwych ocen dziecka, ile raczej dialog rodzinny,

⁹ *Dialog rodzinny – formacja i korektura wpływu masowego przekazu*, [w:] *Wychowanie w rodzinie*, s. 332.

dyskusje, komentarze. Styl ten okazuje się także optymalny w formacji selektywności recepcji mass-mediów u dzieci i młodzieży¹⁰.

Autorytet rodziców, a więc także ich szansę wpływu na wybory dziecka, buduje ich konsekwentna postawa wyrażająca się w integrowaniu rodziny wokół wybranych wartości i celów. Wewnętrzna integracja rodziny, współdziałanie wszystkich jej członków w organizowaniu życia codziennego – tak w płaszczyźnie konkretnych zadań, jak i w rekreacji – wzajemne wspieranie się emocjonalne daje rodzinie szczególną siłę pozwalającą na odpieranie ingerencji tych wpływów i wartości, których rodzina nie akceptuje. W rodzinach wewnętrznie zintegrowanych jest też szansa na planową organizację recepcji mediów. Duże znaczenie ma tutaj umiejętność przyporządkowania sposobu spędzania czasu wolnego, w tym odbioru mass-mediów, przyjętym wartościom i obyczajowości w rodzinie, tak była respektowana przede wszystkim potrzeba utrzymania żywych relacji międzyosobowych i szansa na wymianę opinii i poglądów. Stworzenie w rodzinie miejsca do dyskusji, także na temat treści percypowanych z przekazu masowego, samodyscyplina, jeśli chodzi o ilość czasu przeznaczonego na recepcję mediów, określenie typu interesujących daną rodzinę kanałów przekazu i wartości, są podstawą oddziaływań formacyjnych rodziny w selektywnym korzystaniu z mass-mediów.

Jak wspomnieliśmy wcześniej, faktyczny wpływ na recepcję mediów – obok rodziny – mają także grupy rówieśnicze. J. Komorowska zauważa, że podzielenie tych samych poglądów i wartości, co większość osób w grupie rówieśniczej, wyznacza zainteresowanie pewnymi programami, a lekceważenie innych. J. Chrapek dodaje, zgadzając się z opinią Komorowskiej, że grupa rówieśnicza ma szansę na modyfikowanie recepcji mass-mediów w zależności od typu relacji w niej panujących. Decyduje tutaj stopień zażyłości, częstotliwość kontaktów, dobre funkcjonowanie systemu wzajemnego informowania się, rozmowy na temat oglądanych programów czy przeczytanej prasy. Ten sam autor stwierdził ponadto, że rówieśnicy stanowią trzeci z kolei kanał informacji co do tego, jakie programy „należy” w telewizji obejrzeć (pierwszym informatorem jest program przedstawiony w prasie, drugim program podany przez telewizję)¹¹. Co do opinii na temat atrakcyjności bohaterów filmowych, znanych postaci, pierwszorzędne znaczenie miała już jednak grupa rówieśnicza. Znaczącą rolę w ich upowszechnianiu mają liderzy grupowi, którym *a priori* przyznaje się

¹⁰ J. G a j d a, *Telewizja. Młodzież. Kultura*, Warszawa 1987, s. 59.

¹¹ J. C h r a p e k, *Uwarunkowania recepcji programów telewizji przez młodzież*, Lublin 1985, s. 90-91.

rolę najlepiej zorientowanych¹². Dodać należy – co podkreślają R. Silvej, Gajda, W. Pielasińska – że jeśli chodzi o podzielenie opinii w grupie rówieśniczej, decyduje nie tyle ilość wspólnie spędzanego czasu przed ekranem telewizyjnym, co raczej stopień atrakcyjności samego środowiska towarzyskiego. To wystarczy, by opinie grupy uznać za wiarygodne. Siłą wpływu grupy rówieśniczej zatem osadza się na jej zdolności do zaspokajania silnie odczuwanych w okresie rozwoju potrzeb uznania i akceptacji. Ponadto młodzież, grawitując do tych właśnie układów przynależności społecznej, poszukuje w nich szansy na samo-określenie się, a także na partnerskie podzielenie własnych poglądów. W kontaktach z osobami o podobnej sytuacji, młodych i nie mających jeszcze zdefiniowanego statusu społecznego, istnieje możliwość zaspokojenia także potrzeby autorytetu i wzoru do naśladowania. Grupa rówieśnicza, zaspokajając potrzeby młodej osoby, wymaga od niej jednocześnie kompromisu wobec obowiązującego stylu bycia, języka, dominujących poglądów. W sytuacji, gdyby rodzina nie wykorzystwała swej szansy na stworzenie odpowiedniego klimatu emocjonalnego i zbudowanie własnego autorytetu, grupa rówieśnicza może stać się konkurentem w oddziaływaniach wychowawczych (także w aspekcie formacji poziomu selektywności recepcji mass-mediów).

W przypadku innych tradycyjnych środowisk wychowawczych, Kościoła i szkoły, można mówić przede wszystkim o funkcji normatywnej, jaką one pełnią – w różnym stopniu – w formacji do selektywnego odbioru mass-mediów. Brakuje bowiem badań, które potwierdziłyby ich faktyczną rolę w tym względzie.

Kościół stosunkowo szybko dostrzegł potrzebę wypowiedzenia się na temat właściwego korzystania z mass-mediów¹³; naucza on właściwego korzystania ze środków społecznego przekazu oraz formułuje zalecenia praktyczne dotyczące ich odbioru. Istotnymi ogniwami formacyjnymi na terenie Kościoła są: szeroko rozumiana ambona (encykliki, dekryty, listy pasterskie, zalecenia duszpasterskie, kaznodziejstwo) jako forma przekazu jednokierunkowego oraz katecheza parafialna i szkolna dająca możliwość korzystania z dialogu.

W dekrecie Soboru Watykańskiego II *O środkach społecznego przekazywania myśli „Inter mirifica”* z 4 grudnia 1963 r. oraz w najnowszej *Instrukcji duszpasterskiej Papieskiej Komisji d/s Środków Społecznego Przekazu „Aetatis novae”* została wyartykułowana – w kontekście zagrożenia manipulacją ze

¹² Tamże, s. 94.

¹³ Pierwszą przedsoborową próbą nauczania Kościoła na temat korzyści, ale i zagrożeń, jakie mogą płynąć na skutek niewłaściwego korzystania z mass-mediów, była wydana w 1958 r. encyklika Piusa XII *Miranda Prorsus*.

strony ideologii narzucanej przez media – troska o odpowiednią formację odbiorców. W pierwszym z cytowanych dokumentów czytamy: „Presja duchowa środków społecznego rozpowszechniania na moralny i intelektualny rozwój każdego człowieka staje się tak wielka, że bez szczególnie pogłębionej formacji nie będzie możliwe, zwłaszcza u ludzi młodych, ani bezpieczeństwo moralne, ani korzyści kulturalne i wypoczynkowe, tak obficie dawane przez te środki”¹⁴.

W procesie formacji właściwych postaw u odbiorców środków masowej komunikacji Kościół widzi istotne znaczenie samowychowania¹⁵. Podkreśla także celowe działania wychowawcze ze strony rodziny, parafii, katechetów oraz zwraca uwagę na konieczność społecznej aktywności na tym polu poprzez np. tworzenie katolickich ośrodków przekazu, do których należy prasa, wydawnictwa książkowe, radiofonia i telewizja, biura informacji i biura prasowe. One to byłyby alternatywnymi możliwościami wyboru treści zgodnych z duchem chrześcijańskim¹⁶.

W przyjętym przez Kościół sposobie ujęcia problemu wychowania wyróżnić można dwa aspekty: 1) wskazanie, by harmonizować ten proces z formacją chrześcijańską; 2) podkreślanie potrzeby kształcenia i praktycznego szkolenia, zwłaszcza duszpasterzy i rodziców. W tym celu wskazana jest konieczność opracowania programów formacyjnych przygotowujących rodziców, nauczycieli i duszpasterzy do podjęcia pracy wychowawczej z młodzieżą¹⁷.

W nauczaniu i zaleceniach Kościoła co do formacji odbiorców mass-mediów zaznaczają się dwa sposoby oddziaływań: 1) aktywność wewnętrzna – w rodzinie, parafii, podczas katechezy, z użyciem – jako metody – dialogu, wspólnej interpretacji treści masowego przekazu w jej odniesieniu do chrześcijańskiej wizji świata; 2) aktywność zewnętrzna, czyli społeczne działania uformowanych już katolickich odbiorców, którzy będąc świadomi swych zainteresowań i gustów, a także praw co do publicznego wypowiedzania się na temat własnych potrzeb w tym względzie, potrafią reagować wobec dysponentów mediów, wy-

¹⁴ *Dekret o środkach społecznego przekazywania myśli „Inter mirifica”*, Watykan 1964, s. 9

¹⁵ „Odbiorcy, a szczególnie młodzież, niech starają się przyzwyczajać do korzystania z tych środków z zamiarem i poczuciem karności. Niech nie zaniedbują obowiązku zapoznawania się w porę z oceną w tych sprawach przez kompetentny autorytet, oraz kierowania się tą oceną zgodnie z zasadami prawego sumienia. Ponadto niech usiłują głębiej zrozumieć to, co oglądają, czego słuchają lub co czytają. Niech dyskutują na te tematy z wychowawcami i ludźmi doświadczonymi, i niech uczą się wydawać słuszną ocenę” – tamże, s. 10.

¹⁶ *Instrukcja duszpasterska Papieskiej Komisji d/s Środków Społecznego Przekazu „Aetatis novae”*, s. 17.

¹⁷ Tamże, s. 18.

rażając rzeczowe opinie na temat proponowanych (czy narzucanych) treści w środkach społecznego przekazu.

Problem konkretyzowania zaleceń Kościoła w poszczególnych środowiskach wychowawczych (także w praktycznych posunięciach duszpasterskich i w czasie katechezy), jak również wymiernych efektów podejmowanych tam działań, uwidaczniających się w odpowiednim poziomie formacji do selektywnej recepcji u młodych odbiorców, jest nadal proponowanym tematem do badań socjologicznych i pedagogicznych.

Szkoła jako specyficzne środowisko realizujące zarazem funkcję dydaktyczną i wychowawczą staje współcześnie wobec konieczności uwzględnienia trzech już równoprawnych kategorii środków przekazu symbolicznego: słowa – obrazu – dźwięku. Zakłada to niezbędność edukacyjnych programów, mających na celu uformowanie zdolności ucznia do postrzegania w obrazie i dźwięku przekazu określonej wiedzy i prawdy.

Szkoła w społeczeństwach zachodnich stanęła – znacznie wcześniej niż to miało miejsce w Polsce – wobec problemu edukacji audiowizualnej; tam też powstawały pierwsze propozycje programowe w szkołach formacji skutecznego korzystania z mass-mediów. Z jednej strony bowiem środki społecznego przekazu stały się atrakcyjnym narzędziem przekazu wiedzy, z drugiej zaś ich stosowanie wymagało specjalnej edukacji do umiejętnego korzystania z ich „usług”. Na gruncie praktycznych poszukiwań optymalnego „modelu” edukacji audiowizualnej powstała pedagogia twórczej aktywności, wprowadzająca podstawową zasadę dyskusji i dialogu wychowawczego. W pedagogii audiowizualnej skrytalizowały się dwa zasadnicze kierunki stosowania dyskusji i dialogu: 1) analityczno-krytyczny, w którym główną zasadą jest przede wszystkim analiza walorów artystycznych i językowych przekazu bez uwzględniania społeczno-moralnego aspektu treści¹⁸; 2) kierunek moralno-społeczny, jaki zakładał – obok umiejętności analizy przekazu od strony formalnej (walorów artystycznych i technicznych) – także zdolność oceny moralnej postaw bohaterów oraz sam sposób przekazu w aspekcie jego zgodności z prawdą o rzeczywistości. Środki masowego przekazu miałyby zatem z jednej strony służyć za narzędzia dydaktyczne, z drugiej zaś byłyby przedmiotem specjalnej wiedzy, zawierającej także elementy profilaktyki, czyli ochrony przed ich negatywnym wpływem (w szkołach zachodnich był wprowadzony nawet autonomiczny przedmiot nauczania

¹⁸ Ten typ edukacji był popularny zwłaszcza w Norwegii, RFN, a także w pewnych środowiskach amerykańskich (np. w ICTE – The National Clinical of Teachers). W tych przypadkach film był doceniony przede wszystkim jako środek przekazu dydaktycznego. Wiedzę o nich uznano jako składową część nauczania literatury ojczystej; por. K o b l e w s k a, dz. cyt., s. 260.

o mass-mediach)¹⁹. Na gruncie tej właśnie koncepcji analizy społeczno-moralnej powstał program A. P. Hogginsa, który dotyczył filmu i zakładał trzy etapy jego analizy jako przekaznika wiedzy: 1) najpierw uczniowie mieli okazję poznać zawartość ogólną przekazu, analizując każdą sekwencję i ujęcia filmowe, przy czym zapoznawano się także z zasadami montażu ujęć; 2) w następnym etapie uczniowie podejmowali samodzielne próby łączenia ujęć według własnego pomysłu; 3) w ostatecznym, końcowym etapie poddawano analizie i dyskusji zastosowane sposoby wpływu na emocje i sterowanie nastrojami, a także celowość użytych środków wyrazu oraz moralny, społeczny i estetyczny wymiar problematyki przekazu²⁰.

Szkola w Polsce stosunkowo późno włączyła środki społecznego przekazu do pomocy dydaktycznych. W połowie lat 60. podjęto edukację filmową, która wchodziła w zakres nauczania języka polskiego. Film został jednocześnie uznany za źródło wiedzy o współczesności i sposób na ukazywanie problematyki społeczno-kulturowej zgodnie z obowiązującymi wówczas tendencjami, jak i za narzędzie usprawniania języka polskiego. Trzeba jednak podkreślić, że w okresie PRL dominowała koncepcja użycia filmu jako narzędzia propagandy i indoktrynacji – pod etykietą kształtowania za jego pomocą „pożądanych społecznie postaw”, przekazu idei humanistycznych czy ideału (socjalistycznego) osobowości²¹.

Innym problemem jest podjęcie przez polską szkołę formacji młodzieży do właściwego korzystania z mass-mediów. Można powiedzieć, że nie jest ona środowiskiem wystarczająco przygotowanym i otwartym, by w pełni realizować postulat kształtowania postaw selektywnych wobec mediów, aczkolwiek daje się zauważyć pewne usiłowania w tym względzie²².

W powszechnie obowiązującym programie jest wyszczególniony dział „Współczesne życie kulturalne” (w ramach języka polskiego), gdzie winny być uwzględnione podstawowe zagadnienia dotyczące prasy, radia, telewizji, teatru

¹⁹ Kierunek ten przyjął się w Szwecji, Belgii, Holandii, Norwegii (nieco później, gdy popularne stały się już badania na temat wpływu mass-mediów na osobowość odbiorcy), upowszechnił się również w USA, Anglii i Australii; tamże, s. 252.

²⁰ Tamże, s. 261-262.

²¹ H. Depta, *Spoleczne programy wiedzy o filmie w szkole*, [w:] *Wiedza o filmie w szkole*, red. H. Depta, Koszalin 1983, s. 14-23.

²² Powstawały wprawdzie wartościowe programy autorskie wiedzy o filmie, np. „propozycja gdańska” D. Sapięhy-Rosmer, „propozycja łódzka” E. Nurczyńskiej-Fidelskiej, „propozycja koszalińska” E. Degler, które za cel ogólny obierały konieczność rozwinięcia właściwych upodobań filmowych oraz uwrażliwienie estetyczne, emocjonalne i moralne; nie weszły one jednak w powszechne stosowanie.

i filmu. Założonym celem tego programu jest uformowanie młodzieży do umiejętności pogłębionego odbioru „tekstów kultury” zawartych w prasie, radiu i telewizji oraz krytycyzmu w ich wyborze. Dodatkowym zaleceniem jest kształcenie na podstawie bezpośredniego kontaktu z wymienionymi mediami. W całym, bardzo ogólnym sformułowaniu programu zabrakło elementu uwrażliwienia na zagrożenia tkwiące w przekazie masowym (chodzi np. o brutalność scen, wulgaryzm treści związanych z seksem czy manipulacje ze strony ideologii liberalnych).

Powstaje pytanie, w jaki sposób te – zresztą i tak zbyt ogólnie formułowane – zalecenia są realizowane w toku dydaktyki i procesu wychowawczego na terenie szkoły?

Według badań Z. Korsak, szkoła polska praktycznie nie realizuje żadnych form edukacji audiowizualnej. Przyczyna główna takiego stanu rzeczy, jak sądzi autorka, tkwi w tym, iż sami nauczyciele nie są przygotowani do podjęcia problematyki mediów. Ponadto brakuje materiałów metodycznych. Niemalą rolę odgrywa z pewnością także powszechny problem niedoinwestowania edukacji, w przypadku bowiem zalecenia także „żywego kontaktu” z mediami wymagane byłyby także środki materialne na ten cel. Jednak najbardziej problematyczną kwestią jest poziom przygotowania nauczycieli zarówno do twórczego wkładu w nowe koncepcje programowe, jak i do kompetentnego prowadzenia dyskusji dotyczącej problematyki środków masowego przekazu.

W konsekwencji otwarta pozostaje sprawa, na ile szkoła polska ma wpływ na kształtowanie postaw selektywnych ucznia wobec mass-mediów oraz czy poprzez podejmowane w tym kierunku działania stanowi ona istotny przyczynek do tworzenia „bariery selekcyjnej”, ochraniającej przed deformującymi wpływami mass-mediów.

Zaprezentowane środowiska wychowawcze są brane pod uwagę jako zmienne wpływów wychowawczych – w płaszczyźnie postulatywnej i faktycznej – gdy chodzi o odpowiednią formację do selektywnego odbioru mass-mediów. Ocena podejmowanej przez nie aktywności może dotyczyć zatem zarówno sfery programowej, jak i samego efektu, czyli w tym przypadku interesujących nas postaw selektywnych młodzieży. Prezentację badań własnych w sferze efektu poprzedzi refleksja na temat pojęcia selektywności recepcji w kontekście dotychczasowych badań, ściśle dotyczących tego zagadnienia.

II. SELEKTYWNOŚĆ RECEPCJI MEDIÓW
ROZUMIENIE POJĘCIA
ORAZ DOTYCHCZASOWY STAN BADAŃ NAD ZAGADNIENIEM
W ODNIESIENIU DO MŁODZIEŻY

Selektywność recepcji jest podstawowym pojęciem zarówno w przeprowadzonych do tej pory rozważaniach, jak i dla późniejszego ich toku – kontynuowanego zwłaszcza w metodologiczno-empirycznej części.

Na podstawie literatury zagadnienia można wnioskować, że definiowanie tego pojęcia sprawia autorom badań wiele trudności. Określenie pojęcia selektywności, jak i próby podejmowania badań na ten temat znajdują się jeszcze w fazie początkowej, mają one bowiem na razie charakter ujęć w pewnym sensie intuicyjnych i opisowych.

Wspólną cechą wszystkich spotykanych w literaturze punktów widzenia jest traktowanie selektywności jako złożonego procesu, określanego i kształtowanego przez różnorakie czynniki natury psychologicznej lub środowiskowej. (Różnice w poszczególnych przypadkach badań polegają na wyakcentowaniu aspektu psychologicznego bądź środowiskowego). Zawsze jednak bazą wyjściową dla definicji selektywności jest samo pojęcie „odbiór”, „recepcja”. W tym kontekście można powiedzieć, że selektywność jest pewną cechą, jakością odbioru. Jakość tę sygnalizuje rozróżnienie recepcji na bierną i czynną. Recepcja czynna – jako aktywne ustosunkowanie się do jakiejś treści – jest najpierw wyborem, potem akceptacją preferowanego „przedmiotu”²³. Ścisłej biorąc, pewne treści zostają wyodrębnione i zatrzymane, inne zaś – zgodnie z nastawieniem – pominięte lub odrzucone. W rezultacie zostaje utrwalony „zapis pamięciowy” treści recepcji.

W odniesieniu do odbiorców w młodszym wieku (szczególnie chodzi o dzieci i młodzież) J. Koblewska wyróżnia wcześniejszy i późniejszy etap recepcji. Etap wcześniejszy, określane jako faza epizodyczna lub sumatywna, jest uwarunkowany specyfiką dziecięcej chłonności odbioru i podatnością dziecka na wpływy z zewnątrz. Na tym etapie nie można jeszcze mówić o istnieniu bariery selekcyjnej, którą mogłoby być osobiste przekonanie o słuszności dokonywanych wyborów czy też własne, ukształtowane już rozeznanie. We wczesnym okresie rozwoju własnej osobowości, w fazie odbioru epizodycznego, odbiorca jest szczególnie podatny na „pochłanianie” treści w sposób dosłowny, całościowy, oderwany od innych doświadczeń. Na tym etapie jest on też narażony

²³ C h r a p e k, dz. cyt., s. 12.

(odnosi się to zwłaszcza do dzieci) na wpływy niepożądane, jeśli zabraknie kontroli ze strony środowiska wychowawczego. Kontrola ta jest warunkiem przejścia do etapu recepcji selektywnej, która ma na celu ukierunkowanie doznań, doświadczeń, przeżyć, a w konsekwencji ma prowadzić do utrwalonego (pożądanego) sposobu posługiwania się mediami²⁴.

Charakteryzując typy odbioru ze względu na ich określoną jakość, J. Gajda rozróżnia recepcję powierzchowną i dogłębną. Recepcja dogłębną charakteryzuje się zaangażowaniem intelektualnym i emocjonalnym. Ten typ recepcji u młodzieży musi jednak, zdaniem autora, być kierowany przez rodzinę i szkołę, by ze spontanicznie angażującego emocjonalnie i intelektualnie odbioru stał się recepcją świadomą, wybiórczą i krytyczną, bazującą na ukształtowanych już zainteresowaniach²⁵.

W przytaczanych próbach określenia recepcji i rozróżnienia jej typów selektywność – jako pożądana jakość odbioru – jest zawsze związana w przypadku młodych odbiorców z wychowawczym działaniem podstawowych środowisk życia młodzieży. Niektórzy autorzy (np. T. Ryłko) podkreślają także rolę samowychowania, czyli osobistego wysiłku ze strony samego odbiorcy. Sелеktywny wybór treści przekazu oznacza w tym przypadku zachowanie koniecznej proporcji między tym, co konieczne i pożyteczne, a tym, co jedynie przyjemne; uaktywnianiem refleksji nad samym odbiorem; przyporządkowanie własnego wyboru środka przekazu i recypowanej treści przyjętej hierarchii wartości²⁶.

Prezentowane sposoby ujęcia selektywności – jako cechy ukształtowanej środowiskowo i w wyniku własnych wysiłków samowychowawczych – zbliżają do rozumienia tego pojęcia, ale nie stanowią wystarczającej bazy dla stworzenia na ich podstawie teoretycznego modelu, przydatnego potem w weryfikacji empirycznej badanych „postaw” selektywnych u konkretnych odbiorców, nie określają bowiem jasno wskaźników selektywności.

Przydatna w stworzeniu takiego modelu wydaje się być propozycja Chrapka. Autor wyróżnia trzy wymiary selektywnej recepcji: a) częstotliwość odbioru – kształtowana na poziomie stosunku odbiorcy do określonego środka przekazu oznacza umiejętne określenie proporcji czasu poświęconego na recepcję w relacji do innych koniecznych zajęć. Odbiorca kontrolujący korzystanie z mediów nie poświęca im zbyt wiele czasu kosztem rozwoju innych zainteresowań. Powstrzymuje się on także od recepcji w czasie wykonywania innych zajęć, zwa-

²⁴ J. K o b l e w s k a, *Środki masowego oddziaływania*, Warszawa 1972, s. 151-152.

²⁵ G a j d a, dz. cyt., s. 72-74.

²⁶ T. R y ł k o, *Samowychowanie audiowizualne*, [w:] *Zło nie odmieni serca mego*, red. T. Ryłko, Częstochowa 1991, s. 125-130.

szcza tych, które wymagają uwagi i skupienia; b) kierowanie się własnymi potrzebami i zainteresowaniami (upodobaniami), co zakłada umiejętność ich określenia w sferze intelektualnej, psychicznej, kulturowej i duchowej, a także odróżnienie potrzeb rzeczywistych od tych, które są podsycane sztucznie przez reklamę; przyporządkowanie wyboru treści rzeczywistym potrzebom profesjonalno-użytkowym, poznawczym, estetycznym lub moralnym; uwzględnienie także faktycznej wartości przekazu (moralnej, ideowej, artystycznej); eliminowanie wyłącznie konsumpcyjnego typu upodobań (np. treści służących „relaksowaniu się” bez względu na ich wartość moralną i estetyczną); c) ukierunkowana akceptacja, która jest konsekwencją dokonywanych wcześniej wyborów i rozeznania, co oznacza konkretne odnoszenie przekazywanych treści do norm kulturowych i obyczajowych przyjętych w środowisku życia odbiorcy, inaczej mówiąc – konfrontowanie treści odbioru z innymi źródłami doświadczeń uzyskiwanymi w wyniku wpływów wychowawczych, a określających hierarchię wartości. Konfrontacja recypowanych treści jest wsparta również odwołaniem się do autorytetów środowiskowych. W konsekwencji odbiorca akceptuje treści pozostające w harmonii z wartościami i normami obyczajowymi, uznanymi przez niego i jego środowisko, odrzuca zaś treści sprzeczne z nimi²⁷. Zaprezentowany model poszczególnych aspektów selektywności wymaga komentarza.

Po pierwsze, selektywność recepcji w każdym z zaprezentowanych wymiarów zakłada aktywność wobec mediów na podstawie jasnych kryteriów rozeznania i wyboru odpowiednich środków i treści przez nie przekazywanych. Kryteria te będą stanowiły rzeczywistą barierę selekcyjną recepcji. Dodać trzeba, że na ukształtowanie i przyjęcie takich kryteriów ma wpływ samowychowanie i formacyjne oddziaływanie środowisk wychowawczych, następnie stopień identyfikowania się odbiorcy z systemami wartości własnych grup odniesienia, respektowanie kulturowanych w nich tradycji i kultury, a także ogólna wiedza i doświadczenie zdobyte w środowisku życia.

Po drugie, poszczególne aspekty selektywności zostały wyodrębnione dla jasności opisu pojęcia; w rzeczywistości stanowią trudną dla empirycznego rozgraniczenia całość. Opierając się na zaprezentowanym modelu, badacz może wybrać do analiz określone parametry selektywności.

Po trzecie, dotychczasowe próby analizy selektywności odbioru nie ujmowały tego zagadnienia w sposób całościowy (z wyjątkiem badań Chrapka), lecz jedynie w wybranych jego aspektach (np. preferencja określonych środków przekazu, częstotliwość ich odbioru i czas poświęcony na recepcję, upodobania pro-

²⁷ C h r a p e k, dz. cyt., s. 13.

gramowe i treściowe młodzieży różnych grup wieku, akceptacja treści masowego przekazu). Problematykę odbioru środków masowego przekazu w poszczególnych aspektach w odniesieniu do dzieci i młodzieży podejmowali m.in. autorzy: H. Himmelwiet, A. N. Oppenheim, W. Schramm, B. i R. Zarro, E. Tarroni, T. Furu czy na gruncie polskim J. Komorowska, J. Kubin, E. Fleming, J. Rudzki, J. Gajda, J. Koblewska. Stwierdzone przez wymienionych autorów w ich badaniach tendencje co do sposobu recepcji są ujmowane w kontekście takich przede wszystkim uwarunkowań, jak płeć, wiek, typ szkoły. W niektórych tylko przypadkach są ukazywane zależności stwierdzonego poziomu recepcji od takich zmiennych, jak pochodzenie z określonego środowiska rodzinnego czy lokalnego; brano także pod uwagę wpływy grup rówieśniczych.

Oto przykłady niektórych stwierdzonych prawidłowości.

Z badań Schrama, Himmelweita, Oppenheima, Vince'a, na gruncie polskim zaś Komorowskiej i Rudzkiego wynika, że najczęściej preferowanym środkiem przekazu, zwłaszcza wśród najmłodszych odbiorców, jest telewizja. Ma to niewątpliwie wpływ na sposób organizowania czasu wolnego. Dzieci często oglądające telewizję i poświęcające jej dziennie wiele godzin rezygnują z innych form rozrywki, np. z zabawy, czytania komiksów i magazynów ilustrowanych, także książek. Zainteresowanie telewizją ze strony młodych odbiorców jest – zdaniem badaczy – uwarunkowane takimi czynnikami, jak płeć, wiek (one określają potrzeby właściwe w danym okresie rozwoju)²⁸, a także więź łącząca dziecko z rodziną i grupą rówieśniczą. Gdy zaburzone są relacje międzysobowe, recepcja telewizji stanowi formę izolacji od świata rzeczywistego i doświadczanych w nim przykrości, przy jednoczesnej ucieczce w świat iluzji. Zauważana jest następująca prawidłowość: im częściej dziecko przeżywa konflikty w rodzinie czy środowisku rówieśniczym, tym więcej czasu poświęca na recepcję telewizji. Komorowska zauważyła ponadto, że dzieci z rodzin tradycyjnych, kultywujących więzi międzysobowe i towarzyskie, poświęcają telewizji 2-3 godziny dziennie (autorka określa to jako przeciętną ilość czasu), natomiast dzieci z tzw. rodzin nowoczesnych, zaniedbujących więzi w rodzinie i kultywowanie tradycji, przeznaczają znacznie więcej czasu na odbiór telewizji. Dzieci z „rodzin zdeorganizowanych” mają natomiast tendencję do dystansowania się od kontaktów rodzinnych, częściej też wybierają możliwość spędzania czasu wolnego z rówieśnikami²⁹.

²⁸ J. Rudzki uzasadnia popularność telewizji wśród dzieci i młodzieży tym, że zaspokaja ona potrzebę łatwej rozrywki, relaksu fizycznego, a także potrzebą poznawania świata bez zrywania kontaktów z członkami rodziny; zob. *Zafascynowani telewizją*, Wrocław 1967, s. 76

²⁹ Komorowska, dz. cyt., s. 9-13, 70-71.

Współczesne badania prowadzone przez OBOP w 1993 r. ujawniają, że dzienna „norma” czasu poświęconego na odbiór telewizji przez dzieci i młodzież jest znacznie wyższa niż w cytowanych badaniach. Okazuje się, że dzieci niezależnie od środowiska pochodzenia przeznaczają dziennie ok. 4 godziny na oglądanie telewizji, w dni świąteczne zaś więcej, bo około 6–8 godzin. Aż 90% ankietowanych stwierdziło, że nie mogłoby się obyć bez telewizji, natomiast tylko 10% nie obyłoby się bez książki³⁰.

W przypadku młodzieży szkół średnich badania wskazują na specyficzną dla tej kategorii tendencję w odbiorze telewizji. Na podstawie własnych badań W. Pielasińska utrzymuje, że ucząca się w szkole średniej młodzież preferuje wprawdzie telewizję wśród innych środków przekazu, jednakże poświęca stosunkowo niewiele czasu na jej odbiór, co autorka uzasadnia obowiązkami szkolnymi oraz żywymi w tym okresie kontaktami towarzyskimi³¹. Podobną tendencję potwierdzają także badania Gajdy prowadzone wśród młodzieży szkół średnich Lublina oraz województwa zamojskiego i chełmskiego. Badana tutaj młodzież daje pierwszeństwo również telewizji, na drugim miejscu jest radio (respondenci słuchają radia przeciętnie do 3 godzin dziennie, także w trakcie wykonywania innych czynności), ale w relacji do młodszych grup wiekowych czas poświęcony na telewizję jest stosunkowo ograniczony (niższy). Uwarunkowaniami modyfikującymi częstotliwość odbioru telewizji i radia w cytowanych badaniach były: pochodzenie odbiorców oraz typ szkoły. Na przykład młodzież z rodzin robotniczych i chłopskich oraz ucząca się w szkołach zawodowych częściej preferuje telewizję, poświęca też więcej godzin dziennie na jej recepcję³².

We wszystkich badaniach na temat częstotliwości recepcji wybranych środków przekazu stwierdzono, że telewizja cieszy się największą popularnością wśród młodzieży, jednakże jej recepcja w różnym stopniu ogranicza korzystanie z innych form aktywności. W sposób oczywisty częstotliwość recepcji w badanych przypadkach wpływała ograniczająco na aktywność kulturalną i społeczną w tych dziedzinach, które wymagały więcej zaangażowania i inicjatywy.

Interesującym aspektem selektywności odbioru są upodobania treściowe i programowe młodych odbiorców. Wielu badaczy zwraca uwagę na zależność

³⁰ Cyt. za: T. B a c h - O l a s i k, *Oddziaływanie telewizji na zachowania agresywne dzieci i młodzieży*, „Problemy Opiekuńczo-Wychowawcze”, 1993, nr 2, s. 56.

³¹ W. P i e l a s i Ń s k a, *Młodzież szkolna wobec problemów kultury*, Warszawa 1978, s. 137.

³² G a j d a, dz. cyt., s. 41-43.

między jakością przekazu technicznego i zawartością treściową programu³³ a upodobaniami odbiorców, ale istotnymi zmiennymi niezależnymi są także wiek, płeć oraz pochodzenie społeczne.

Według danych pochodzących z wcześniejszych badań (np. Koblewska, 1970), a dotyczących młodzieży szkół średnich wynika, że jeśli chodzi o gatunek przekazu telewizyjnego, to chłopcy wybierają przede wszystkim „dramat akcji” (np. westerny, filmy wojenne, kryminał itp.), dziewczęta zaś „dramat uczuć” (melodramaty, filmy historyczno-kostiumowe itd.)³⁴. W tym przypadku zadziałała także zmienna środowiskowa, mianowicie miejsce zamieszkania. Młodzież z dużych miast wybierała w telewizji programy informacyjne. Odbiorcy z prowincjonalnych miast i wsi najczęściej oglądali programy rozrywkowe. Jeżeli chodzi o radio, zarysowała się zależność akurat odwrotna: młodzież z małych miast i wsi wybierała audycje informacyjne, odbiorcy z dużych miast preferowali zaś audycje rozrywkowe, traktując je jednocześnie jako „tło” dla innych zajęć³⁵.

Z przeprowadzonych w późniejszym okresie badaniach Chrapka (1985) wynika, że takie zmienne, jak pochodzenie z rodzin inteligenckich, środowisko duże, akademickiego miasta (Lublin), uczęszczanie do liceum (typ szkoły) określiły typ selektywności recepcji młodzieży w aspekcie upodobań treściowych. Badani przez Chrapka licealiści traktowali telewizję nie tylko jako źródło rozrywki, lecz także wiedzy, przy czym w celach poznawczych częściej oglądali telewizję chłopcy. W porównaniu z badaniami wcześniejszymi (J. Rudzki, Koblewska) licealiści lubelscy w decydującej większości wskazują na upodobania profesjonalno-użytkowe (68,5%); tylko 19,8% kieruje się przede wszystkim konsumpcjonizmem. Autor badań uzasadnia tę prawidłowość wpływem środowiska inspirującego potrzeby poznawcze. Około 11,7% respondentów ujawnia także tzw. upodobania osobowe, czyli wybiera treści, które pomagają w rozumieniu siebie i innych.

W analizie selektywności recepcji najwyraźniej diagnozujący jest wymiar akceptacji, a w nim wskaźnik krytycyzmu odbiorców wobec mediów i konkretnych treści.

W badaniach Koblewskiej młodzież pytana o ocenę treści przekazywanych w telewizji, stwierdza, że nie ma tam scen, których nie powinno się emitować.

³³ Według R. B. Mayersohna, masowe techniki nie tylko odwołują się do wspólnych wyznaczników upodobań, lecz także je stwarzają; cyt. za: J. K u b i n, *Badanie masowej komunikacji*, Warszawa 1966, s. 105.

³⁴ K o b l e w s k a, *Środki masowego oddziaływania*, s. 35, 87.

³⁵ Tamże, s. 181-184.

wać (uważa tak aż 57%); 43% badanych zaś przyznaje, że do takich należą programy wyrażające brutalność, okrucieństwo, makabrę oraz treści erotyczno-seksualne³⁶.

W badaniach T. Bacha-Olasika (1993) 50% młodzieży krytycznie ustosunkowało się do tzw. scen mocnych, 45% zaś nie wyraziło żadnego zdania na ten temat, a 5% odbiorców przyznało, że przyjmuje wszystkie treści bez zastrzeżeń³⁷.

W badanej przez siebie próbie licealistów Chrapek stwierdza stosunkowo wysoki poziom krytycyzmu wobec oddziaływania mass-mediów na odbiorcę. Młodzież pytana o krytyczną ocenę telewizji wymienia następujące uwagi: „nie zawsze dobrze bawi” (33%), „człowiek staje się bardziej bierny, mniej czyta, mniej pracuje” (24,4%), „telewizja kradnie czas” (23,6%), „telewizja psuje wzrok” (19,2%), „odciąga od obowiązków” (12,2%), „demoralizuje” (8,6%), „nie mówi całej prawdy” (5,1%). Odnośnie do konkretnych treści przekazu młodzież nie akceptowała przede wszystkim scen demoralizujących (30,2%), brutalnych (29,4%), gwałtów (5,8%), propagandy, kłamstwa, scen areligijnych (12,3%), ogólnie zaś 22,3% odbiorców stwierdza, że nie ma takich scen, których nie akceptuje. W ocenie wiarygodności przekazu masowego badani licealiści w sposób nieznacznie zróżnicowany co do wysokości odsetka usytuowali się w trzech kategoriach odpowiedzi: „są zupełnie wiarygodne” – 38,3%, „są czasami wiarygodne” – 26,1%, „są zupełnie niewiarygodne” – 33,1% (jak z tego wynika, większość badanych mieści się w kategorii oceny pozytywnej)³⁸.

Zaprezentowane badania podejmowały problem selektywności przeważnie w cząstkowych jej aspektach. Wśród nich badania Chrapka mają charakter analiz bardziej dogłębnych i całościowych, ujmujących trzy wymienione wcześniej w modelu teoretycznym wymiary selektywności. Badania te bardziej wyraziście – w porównaniu z przytaczanymi wcześniej – ukazują także zależność poziomu selektywności recepcji od typu środowiska życia licealistów, i to zarówno w aspekcie doboru programów oraz konkretnych treści, jak i oceny ich jakości. Nasuwa się jednak uwaga, że na podstawie dokonanej analizy badań, trudno wnioskować, czy stwierdzone wybory, deklaracje i oceny były dyktowane świadomością już ukształtowaną przez planowe działania formacyjne, czy też raczej wynikały z wpływów pośrednich (np. środowiska szkolnego czy lokalnego), w których realizowało się nieukierunkowane bezpośrednio na problem

³⁶ J. K o b l e w s k a, *Młodzież i środki masowego oddziaływania*, Warszawa 1970, s. 82.

³⁷ B a c h - O l a s i k, art. cyt., s. 159.

³⁸ C h r a p e k, dz. cyt., s. 159.

mass-mediów, ale jednak wychowawcze oddziaływanie zorientowane na określone wartości (poznawcze, moralne, utylitarno-praktyczne, estetyczne).

Aplikując model teoretyczny zaproponowany przez Chrapka, podejmujemy we własnych badaniach próbę ustalenia poziomu selektywności recepcji – w wybranych aspektach – u młodzieży lubelskich szkół średnich różnego typu, weryfikując najpierw zależność stwierdzonego poziomu od takich zmiennych, jak płeć i typ szkoły. Poddajemy też opiniom samej młodzieży, na ile jej środowisko rodzinne, szkoła, do której uczęszcza, a także katecheci podejmują konkretne wychowawcze wysiłki albo planowe działania formacyjno-korekcyjne, by ukształtować w niej prawidłowy, selekcyjny odbiór mass-mediów.

III. POZIOM SELEKTYWNOŚCI RECEPCJI MEDIÓW W WYBRANEJ GRUPIE MŁODZIEŻY LUBELSKICH SZKÓŁ ŚREDNICH

Prezentowane w tym miejscu badania zostały przeprowadzone w maju 1994 r. w trzech typach szkoły średniej: Technikum Gastronomicznym, Zespole Szkół Chemicznych i Budowlanych, Liceum Ogólnokształcącym. W każdej ze szkół do badań wytypowano III klasę, w sumie 100 osób³⁹.

Ankieta prowadzona audytoryjnie posłużyła do zbadania dwu zasadniczych problemów postawionych u progu badań, a sformułowanych w postaci następujących pytań: 1) czy młodzież szkół średnich charakteryzuje selektywny odbiór mass-mediów i na jakim poziomie – w badanym przypadku – kształtuje się ta cecha recepcji, 2) jak młodzież ocenia działania podejmowane ze strony środowisk wychowawczych – rodziny, Kościoła (chodziło konkretnie o katechezę), szkoły, także środowisk rówieśniczych – przygotowujące ją do odbioru środków społecznego przekazu, czy w ogóle je dostrzega i jak je ocenia?⁴⁰ Pytania zostały dostosowane do przyjętej koncepcji selektywności odbioru (zaprezentowa-

³⁹ O wyborze do badań klas III zdecydowały trzy powody: 1) wiek – 18 lat – określany jako próg dojrzałości, w związku z czym można się spodziewać, że młodzież ta ma już określone kryteria oraz samodzielność w dokonywaniu wyborów oraz wartościowaniu; 2) zamierzaliśmy dokonać porównania wyników w odniesieniu do młodzieży różnego typu szkół średnich, także zawodowych, a w tym przypadku edukacja kończy się na klasie III; 3) biorąc pod uwagę tylko klasy maturalne – w tych szkołach średnich, w których one są – ryzykujemy uzyskanie danych mało miarodajnych, ze względu na fakt, że młodzież przygotowująca się do matury w przypuszczalnie mniejszym stopniu niż zwykle korzysta ze środków masowego przekazu (ma mniej czasu).

⁴⁰ Badania zrealizowane za pomocą omawianej ankiety zostały przygotowane i opracowane w obszerniejszej monografii; zob. R. S t a d n i c k a, *Środowiskowy kontekst formacji młodzieży do selektywnego odbioru środków masowego przekazu*, Lublin 1994 (mps pracy magisterskiej), napisanej pod kierunkiem F. W. Wawro.

nej wcześniej w modelu teoretycznym) stosownie do wyróżnionych parametrów: częstotliwości, upodobań, akceptacji.

Wskaźnikiem określającym częstotliwość była przeciętna ilość czasu (w ciągu dnia i w tygodniu) – przeznaczona na recepcję określonych środków przekazu – w relacji do ilości czasu wolnego, czasu poświęconego obowiązkom szkolnym i udziałowi w innych formach aktywności społeczno-kulturalnej.

Dla zbadania parametru upodobań zostały wytypowane następujące wskaźniki: typ treściowych i programowych upodobań, oczekiwania co do treści i jakości przekazu masowego. Parametr akceptacji natomiast badaliśmy, typując dwie grupy wskaźników: a) ocena własnej refleksyjności nad odbieranymi treściami, np. problemami zawartymi w przekazie, intencjami nadawcy, wiarygodnością podawanych informacji, stopniem realizmu przekazu, oraz wiedza na temat podstawowych mechanizmów manipulacyjnych właściwych mediom masowym; b) stopień krytycyzmu wobec mediów i treści w nich przekazywanych, np. opinie na temat treści, których nie powinno się przekazywać, stosunek do lansowanych wzorów osobowych i autorytetów, ocena wiarygodności przekazywanej informacji oraz jej konfrontacja z wiadomościami uzyskiwanymi z innych źródeł.

Dla przejrzystości opisu wyników badań w aspekcie selektywności wyodrębnimy poszczególne płaszczyzny analiz.

1. *Częstotliwość recepcji poszczególnych środków przekazu masowego* jest miernikiem ilościowym charakteryzującym kategorię bardziej ogólną, dotyczy bowiem zarówno sposobu organizowania czasu na recepcję w relacji do innych zajęć obowiązkowych, jak i wymiaru własnej aktywności społeczno-kulturowej. Ilość czasu poświęconego recepcji mass-mediów jest także wskaźnikiem szansy, jaką się im daje, by wywierały swój wpływ na odbiorcę.

Problem selektywności w aspekcie preferencji określonych środków przekazu przedstawia się następująco.

Na pytanie, z jakiego środka przekazu młodzież najczęściej i najchętniej korzysta, 56% całej populacji wskazało na telewizję, 38% – na radio, a 6% – na prasę. Zróznicowanie co do stopnia częstotliwości w ich odbiorze uwidoczniło się w zależności od takich zmiennych, jak płeć i typ szkoły. Mianowicie najczęściej, bo codziennie, oglądają telewizję uczniowie technikum (86,3%) oraz szkół zawodowych (81,4%). Licealistów oglądających telewizję z taką częstotliwością jest relatywnie mniej (54,9%); oni także w większym stopniu ograniczają czas przeznaczony na odbiór programów telewizyjnych – średnio do 1–2 godziny dziennie, podczas gdy dla uczniów szkół zawodowych i technikum wynosi on 4–5 godzin dziennie (dziewczeta ze wszystkich typów szkół

przeznaczają na odbiór telewizji do 4 godzin dziennie). Jeśli chodzi o recepcję radia, wszyscy badani respondenci są „wiernymi” odbiorcami tego środka przekazu. Ogólnie jednak, analizując jego odbiór w zależności od typu szkoły, najwięcej czasu przeznaczają mu uczniowie szkół zawodowych – 81,4%; (licealiści – 56,8%, uczniowie technikum – 54,5%). Wśród korzystających z radia więcej niż 2 godziny dziennie, w każdym typie szkoły przeważają dziewczęta; ogólnie zaś dotyczy 66% uczniów szkół zawodowych oraz 50% uczniów technikum. Licealiści słuchają radia przeciętnie do 2 godzin dziennie. Wśród badanych (w większości dziewcząt) 66% korzysta z radia przez cały czas pobytu w domu, wynika z tego, że także podczas nauki i innych zajęć domowych. Prasa natomiast jest środkiem przekazu, z którego młodzież wszystkich typów szkół korzysta stosunkowo rzadko w porównaniu z innymi mediami – dominuje kategoria odpowiedzi „kilka razy w tygodniu” (tak uważają uczniowie szkół zawodowych – 62,9%, liceum – 58,8%, technikum – 54,5%). Telewizja i radio są systematycznie odbierane przez uczniów wszystkich typów szkół; prasa należy natomiast do rzadziej przez nich wybieranych środków masowego przekazu.

Sposób organizowania sobie przez młodzież czasu wolnego w relacji do zajęć obowiązkowych charakteryzują następujące dane. Dziewczeta ze wszystkich typów szkół mają przeciętnie 2-3 godziny dziennie czasu wolnego, a na naukę – podobnie jak i na recepcję telewizji – przeznaczają około 4 godziny dziennie. Zaznaczyć jednak trzeba, że szczególnie w przypadku dziewcząt ze szkół zawodowych (75%) ilość czasu przeznaczonego na recepcję telewizji przekracza ilość czasu wolnego. Można sądzić, że w tych przypadkach recepcja telewizji musi odbywać się także w trakcie nauki i wykonywania innych zajęć. Jeśli chodzi o chłopców, uczniowie liceum i technikum mają przeważnie ok. 4 godzin dziennie czasu wolnego; nauka zajmuje im średnio 3 godziny dziennie, przy czym – w przypadku uczniów z technikum – czas przeznaczony na odbiór telewizji (od 4 do 5 godzin) jest przeciętnie większy od ilości czasu wolnego. Najmniej czasu na naukę przeznaczają uczniowie szkół zawodowych – od 1 do 2 godzin dziennie; jednocześnie stanowią oni kategorię najbardziej „zagorzałych” telewidzów (81,4% oglądających codziennie, w tym 66,6% ogląda telewizję więcej niż 2 godziny dziennie, przeciętnie 4-5 godzin). Częste codzienne oglądanie telewizji wpływa ograniczająco – w opinii samej młodzieży – na rozwijanie relacji rodzinnych oraz na własne hobby (aż 36% młodzieży ogląda telewizję dłużej niż pozwala na to ilość czasu wolnego; odbywa się to zatem, jak można przypuszczać, także kosztem snu i nauki).

W kontekście poszczególnych typów szkół najwyższym poziomem selektywności (w analizowanym parametrze) charakteryzuje się młodzież licealna,

najniższym zaś uczniowie szkół zawodowych; jest on wyższy w przypadku chłopców.

2. *Upodobania programowe i treściowe.* Parametr upodobań co do określonych programów i treści głębiej niż częstotliwość odbioru określa poziom selektywności recepcji. Charakteryzuje on bowiem przy okazji typ uznawanych wartości i odczuwanych potrzeb.

Odpowiedzi respondentów na pytanie o ulubione i najczęściej oglądane programy telewizyjne (co do gatunku) pozwoliły na uszeregowanie ich w następującej kolejności: a) filmy – ok. 78% (w tym seriale, *thrillery*, komedie), b) programy rozrywkowe – 51% (w tym muzyczne, głównie teledyski), c) programy sportowe – 27%, d) programy informacyjne – 16%, e) programy publicystyczne – 9%, f) programy oświatowe – 7%⁴¹.

Rodzaj upodobań różnicuje się w zależności od typu szkoły oraz płci. Młodzież z liceum w wyższym stopniu wskazuje na upodobania profesjonalno-użytkowe i osobowe. Wśród możliwych gatunków programów telewizyjnych licealiści (częściej niż uczniowie innych szkół) wybierają filmy psychologiczne, obyczajowe i przyrodnicze, ponadto częściej też oglądają programy informacyjne, oświatowe oraz publicystyczne. Uczniowie szkół zawodowych i technikum preferują seriale i filmy obyczajowe oraz programy rozrywkowe. Limitują natomiast recepcję programów informacyjnych i publicystycznych, zupełnie rezygnując z programów oświatowych. Jeśli chodzi o płeć, chłopcy chętniej oglądają programy informacyjne i sportowe, dziewczęta zaś filmy, programy rozrywkowe oraz muzyczne.

Charakterystyka ankietowanych odbiorców radiowych jest dość klarowna: 96% ogółu preferuje audycje muzyczne, 26% – rozrywkowe, 10% wybiera głównie informację. Różnica między poszczególnymi typami szkół jest nieznaczna.

Interesujące informacje uzyskaliśmy na temat upodobań czytelniczych naszych respondentów. Młodzież pytana o tytuły najchętniej czytanej prasy ogólnie ma podobne upodobania i gusty i zachowuje te preferencje niezależnie od typu szkoły (różnice w wybieranych tytułach czasopism uwidaczniają się bardziej w odniesieniu do płci).

Dziewczęta z liceum wymieniają następujące tytuły często czytanych przez nie czasopism i gazet: „Filipinka” (33,3%), „Jestem” (29,6%), „Poradnik Domy” (25,9%), „Tylko Rock” oraz „Brum” (18,7%), „Twój Styl” i „Kurier Lu-

⁴¹ Ze względu na możliwość udzielenia więcej niż jednej odpowiedzi suma przekracza 100%.

belski” (14,8%). W pojedynczych przypadkach wymieniane były także tytuły innych czasopism, w tym – choć bardzo rzadko – prasy katolickiej. Chłopcy uczęszczający do liceum najczęściej czytają: „Gazetę Wyborczą” (50%), „Kurier Lubelski” (41,6%), „Tylko Rock” (29,1%), „Brum” (20,8%), ponadto prasę sportową, np. „Przegląd Sportowy”, „motoryzacyjną” – np. „Auto Sukces” (po 16, 6%) oraz informacyjną i techniczną typu „Computer Studia”, „Bajtek” (ok. 12%).

Ulubionymi gazetami dziewcząt z technikum są: „Bravo” (80%), „Dziewczyna” (70%). Preferowanymi przez chłopców z technikum tytułami są: „Kurier Lubelski” (69,8% oraz „Bravo” (47,6%).

Preferencje co do rodzaju prasy w przypadku dziewcząt i chłopców ze szkół zawodowych wskazują na podobny, raczej niski, poziom selektywności jak w przypadku uczniów z technikum. Dziewczęta wymieniają przede wszystkim takie tytuły, jak: „Dziewczyna” (69,7%), „Bravo” (62,5%), „Kobieta i Mężczyzna” (50%), „Tina” (37,5%), „Popcorn” oraz „Tele Tydzień” (ok. 25%). Chłopcy przeważnie czytają „Przegląd Sportowy”, „Tygodnik Żużlowy”, „Auto Motor Sport”.

Wszyscy respondenci – pytani o własne oceny i oczekiwania co do przekazywanych w telewizji, radiu i prasie treści – ogólnie wyrażają zapotrzebowanie na większą ilość treści rozrywkowych, aktualnych filmów oraz programów i audycji muzycznych (zwłaszcza tzw. muzyki alternatywnej postpunkowej). Uczniowie liceum jednak mają nieco ambitniejsze oczekiwania w stosunku do pozostałych respondentów. Dziewczęta formułują postulat większej rzetelności i odpowiedzialności za słowo, oczekują wyższego poziomu formy przekazu, a także większej liczby programów dla młodzieży zawierających praktyczną wiedzę („pożyteczną i potrzebną w życiu”). Dziewczęta uczące się w liceum częściej formułują ponadto zastrzeżenia co do pory emisji programów edukacyjnych oraz nadmiaru treści „wulgarnych i demoralizujących”, chłopcy natomiast postulują przede wszystkim większą rzetelność programów informacyjnych, oczekują także więcej treści związanych z ważnymi współczesnymi problemami (np. narkomanią, AIDS), jak również dotyczących informatyki.

Postulaty i oczekiwania uczniów technikum i szkół zawodowych dotyczą zwiększenia ilości programów rozrywkowych i muzycznych, a także filmów (głównie sensacyjnych i *thrillerów*).

Analiza selektywności recepcji badanej młodzieży w parametrze upodobań programowych i treściowych daje podstawę do sformułowania następujących wniosków. Dominujący typ upodobań można określić jako konsumpcyjny ze względu na generalne nastawienie badanej młodzieży na treści nie wymagające refleksji, rozrywkowe. Uwidacznia się to zwłaszcza w typie preferencji co do

tytułów czytanej prasy, ale również najchętniej oglądanych programów telewizyjnych. W przypadku radia poziom selektywności w brany tutaj pod uwagę aspekcie wydaje się najniższy. Radio spełnia bowiem rolę przede wszystkim instrumentu służącego rozrywce. Samo „towarzystwo” radia ma dla młodzieży większe znaczenie niż przekazywane za jego pośrednictwem treści.

Jeśli weźmiemy pod uwagę typ szkoły, młodzież z liceum wykazuje wyższy poziom selektywności w relacji do uczniów z technikum i szkół zawodowych; przede wszystkim preferuje ona – poza programami rozrywkowymi – także treści poznawcze. Częściej także wykazuje zdolność do określenia własnych, pozarozrywkowych potrzeb oraz oczekiwań co do treści skierowanych wobec mediów. W przypadku młodzieży z technikum i szkół zawodowych nasuwa się spostrzeżenie, że jej gusta i upodobania są określone przez program mediów, co jest widoczne zwłaszcza w aspekcie preferencji takich przede wszystkim czasopism i gazet, które podejmują banalną problematykę lub traktują istotne problemy młodzieży w sposób powierzchowny, tendencyjny i splotony. Młodzież tych szkół wydaje się upatrywać w mass-mediach przede wszystkim możliwości dla rozrywki i silnych wrażeń. Słabo także artykułuje ona takie własne potrzeby i oczekiwania, które mogłyby być satysfakcjonujące przez inne niż tylko „relaksujące” treści. Ogólnie biorąc, analizy wskazują na niepokojącą podatność badanej młodzieży na przyjmowanie tych treści, które nie wymagają z jej strony refleksji i wysiłku.

3. Akceptacja treści i wzorów osobowych przekazywanych przez mass-media.

Właściwy poziom selektywności recepcji charakteryzuje racjonalne, krytyczne odnośnienie się do treści masowego przekazu. Krytycyzm w tym przypadku oznaczałby umiejętność dokonania wybiórczego – podyktowanego przyjętą hierarchią wartości i potrzeb oraz jakością treści – doboru programów, audycji i prasy. W wyniku ukształtowanego, krytycznego rozeznania będą akceptowane treści o wysokim poziomie jakościowym i merytorycznym. Można by uznać w związku z tym, że pierwszym progiem weryfikującym selektywność w tym aspekcie jest dokonywanie przez odbiorcę refleksji nad zasadami wyboru i korzystania z określonych środków masowego przekazu.

Młodzież (57%) – zapytana, czy włączenie odbiornika telewizyjnego lub radiowego jest u niej mechaniczne, czy też wcześniej zaplanowane – przyznaje się, że recepcja odbywa się w sposób przypadkowy, 43% respondentów deklaruje zaś świadomy i planowy wybór programów i treści. Mniej korzystnie w tym aspekcie przedstawia się selektywność odbioru radia: gros respondentów (78%) włącza radio „mechanicznie” i słucha wszystkiego „jak leci”. Ponadto w trakcie

odbioru audycji radiowych podejmowane są także inne zajęcia, np. odrabianie lekcji (przyznaje się do tego 23% respondentów).

W następnym etapie weryfikacji selektywności recepcji postawiliśmy respondentom pytanie, czy po obejrzeniu programu telewizyjnego albo po wysłuchaniu audycji radiowej zastanawiali się nad zawartymi tam intencjami nadawcy lub też zaletami i wadami poszczególnych przekazów. Zwraca uwagę fakt, że 50% badanej młodzieży tylko niekiedy zastanawia się nad treściami, jakie odbiera za pośrednictwem mediów. Także i w tym przypadku licealiści wyróżniają się – 65,4% deklaruje postawę refleksyjną (dla porównania w tej samej kategorii sytuuje się 14,8% uczniów ze szkoły zawodowej oraz 18,2% respondentów z technikum), podając takie zalety telewizji i radia, jak to, iż stanowią one „źródło informacji”, „inspirują”, „pobudzają zainteresowania”. Zdaniem uczniów technikum i szkół zawodowych główną zaletą wymienionych mediów jest ich zdolność „rozpraszania nudy, samotności”, „są towarzyszem życia”, najważniejszą zaś ich dodatnią stroną jest to, iż „dostarczają rozrywki”. Różnie także są postrzegane wady radia i telewizji; wśród licealistów znalazło się więcej osób, które dostrzegają zagrożenia ze strony tych mediów, np. „demoralizowanie”, „manipulowanie”, w przypadku telewizji dodatkowo to, iż „odciąga od obowiązków” (cytujemy wypowiedzi najbardziej typowe). Uczniowie reprezentujący dwa pozostałe typy szkoły, jako główną wadę radia i telewizji podają „nudne programy” (zjawisko manipulacji nie jest w ogóle dostrzegane wśród uczniów szkoły zawodowej).

Ogólnie młodzież akceptuje w środkach masowego przekazu przede wszystkim treści zabawowe i rozrywkowe, ujawniając mały stopień krytycyzmu wobec społeczno-moralnego wymiaru przekazywanych treści. Nasi respondenci w niewielkim stopniu także uświadamiają sobie możliwy wpływ mass-mediów na ich sądy, sposób wartościowania, dokonywane wybory. W sumie 91% respondentów badanej populacji zaprzecza możliwości wpływu treści masowego przekazu na ich osobowość. Opinii tej nie weryfikuje jednak preferowany przez młodzież w programach telewizyjnych typ wzoru osobowego. Respondenci zapytani o cechy najbardziej cenionych bohaterów w programach i filmach telewizyjnych wymieniają w pierwszej kolejności „atrakcyjność fizyczną” (63% wszystkich respondentów), „atrakcyjność intelektualną” (49%), „życie na luzie” (46%). Waleń intelektu podkreślają częściej uczniowie liceum, atrakcyjność fizyczną i życie na luzie zaś uczniowie technikum. Mało interesujące dla młodzieży są takie cechy „bohaterów”, jak wierność, stałość uczuć (11% wyborów), prawdomówność i prawość charakteru (28%), gotowość niesienia pomocy, poświęcanie się (25%). Przedstawiona gradacja preferowanych i cenionych w przekazie telewizyjnym cech osób świadczy o wysokim poziomie akceptacji tych właśnie

wartości, które są obecnie w mediach lansowane. Prawidłowość ta jest jednocześnie wskaźnikiem niskiego poziomu krytycyzmu młodzieży co do jej własnej „odporności” na wpływy mediów.

Informacje uzyskane w dotychczasowych analizach zachęcają, by głębiej sondować, a także zwracać uwagę na stopień wrażliwości młodzieży na wartości i normy obyczajowe istotne w polskiej kulturze. Wysoki poziom tej wrażliwości winien ujawnić się w zdecydowanym sprzeciwie wobec scen, które osłabiają dotychczasowe kryteria moralne i estetyczne. Młodzież (40%) – zapytana, czy spotyka w telewizji treści (obrazy), które nie powinny być emitowane – odpowiada że „nie ma takich scen”. Od głosu w tej sprawie powstrzymuje się 30% respondentów. Brak akceptacji dla określonych scen wyraża 30%, w tym wymieniane są przede wszystkim obrazy makabryczne, nasycone brutalnością i przemocą. Wymieniana jest także – chociaż znacznie rzadziej – obsceniczność, wulgarność, gwałty. Niestosowność takich scen podkreślają częściej licealiści, w tym zwłaszcza dziewczęta. (Płeć zresztą warunkuje większą wrażliwość i krytycyzm w omawianym aspekcie we wszystkich badanych typach szkół). W grupie osób bezkrytycznie akceptujących wszystkie sceny znalazła się przede wszystkim młodzież ze szkół zawodowych („nie ma takich scen” – 51,8% oraz „brak zdania” – 33,3%).

W parametrze akceptacji został także użyty wskaźnik oceny co do wiarygodności informacji podawanych w mediach oraz ewentualnych sposobów ich weryfikowania przez respondentów. Okazuje się, że postawy badanych przez nas odbiorców skłaniają się raczej ku akceptacji takich informacji, jakie są podawane; akcentowana jest także obojętność. Tylko 34% całej badanej próby widzi potrzebę sprawdzania podawanych w mass-mediach informacji z takimi np. autorytetami, jak rodzice (w tej grupie znalazły się przede wszystkim dziewczęta, niezależnie od typu szkoły). Pozostali to: 24% respondentów, którzy ewentualnie weryfikują „prawdomówność” niektórych mediów poprzez poszukiwanie informacji w „innych” środkach przekazu oraz 42% takich osób, które „nie widzą potrzeby sprawdzania” podawanych im informacji. Najmniej wiarygodne w opinii respondentów są reklamy, dyskusje polityków, a także konkretny program informacyjny – „Teleexpress”.

Znacznie wyższy krytycyzm – jak się potem okaże tylko w deklaracjach – wykazała młodzież w odpowiedzi na pytanie, czy w mediach istnieją programy (treści) mające na celu manipulacje. Ogólnie 53% respondentów deklaruje „świadomość” istnienia mechanizmów manipulacyjnych, 34% nie wyraża żadnej opinii na ten temat, 13% zaś uważa, że nie ma programów ani treści o takim charakterze. Zmienną najbardziej różnicującą jest w tym przypadku bardziej typ szkoły niż płeć; licealiści są bardziej krytyczni. Młodzież (63%) – pytana

o konkretne sposoby, za pomocą których dokonuje się w mediach „manipulowanie” odbiorcą przyznała, że nie wie, jakie konkretnie są to techniki; tak uważają wszyscy uczniowie ze szkoły zawodowej oraz 90% respondentów z technikum. Jednakże uczniowie liceum – 68,6% badanej reprezentacji tej szkoły – zadeklarowali, że potrafią wymienić konkretne techniki manipulacji stosowanej w mediach, potwierdzając to szczegółowymi wskazaniem, takimi np. jak pomijanie w informacji istotnych faktów, podawanie wypowiedzi wyrwanych z kontekstu, tendencyjna interpretacja faktów, ale także manipulacja ukryta w reklamie i filmie, w sposobach lansowania określonych „autorytetów” i ich poglądów czy też w tendencyjnym podawaniu wyników sondaży opinii publicznej. Z uczniów szkoły zawodowej nikt nie potrafił wymienić konkretnych sposobów stosowanej w mediach manipulacji, tylko 9,1% uczniów technikum zaś wskazywało na nie.

Poziom selektywności recepcji mediów w badanej próbie młodzieży szkół średnich można ocenić – na podstawie analizowanych parametrów – jako dość niski. Najmocniej zostało to ujawnione w parametrze preferencji programowych i treściowych oraz w poziomie akceptacji konkretnych treści masowego przekazu. Młodzież charakteryzują przede wszystkim upodobania konsumpcyjne oraz tendencja do przejmowania tych wartości, wzorów osobowych i treści, które obecnie powszechnie są lansowane w mediach. Orientacja respondentów co do technik manipulowania w mediach jest bardzo ogólna i powierzchowna. Zwraca jednak uwagę fakt zróżnicowania stopnia selektywności ze względu na typ szkoły (płeć różnicuje sposób odbioru i ocenę własnej recepcji tylko w niektórych aspektach). Mianowicie młodzież z liceum jest bardziej powściągliwa w korzystaniu z mediów i krytyczna w ocenie treści przez nie przekazywanych, jak również bardziej uświadamia sobie istnienie mechanizmów manipulacyjnych. Częściej sygnalizuje także potrzebę weryfikacji wiarygodności mediów, szukając potwierdzenia uzyskiwanych tą drogą informacji w opinii autorytetów znanych w najbliższym otoczeniu (są nimi najczęściej rodzice).

Stwierdzony poziom selektywności recepcji badanych grup młodzieży szkolnej pozwala na sformułowanie ogólnego na razie przypuszczenia, że środowiska wychowawcze bądź nie podejmują zabiegów formacyjno-korygujących, bądź też działania te nie są na takim poziomie, by wystarczająco przygotować młodzież do właściwego korzystania z mass-mediów⁴².

⁴² Korzystniejsze dane w przypadku młodzieży licealnej, świadczące o wyższym w tej grupie poziomie selektywności, mogą być warunkowane specyficznym w liceum ogólnokształcącym nauczaniem, które w założeniu ma dawać bardziej gruntowne podstawy wiedzy ukierunkowanej humanistycznie.

4. *Udział rodziny, szkoły, katechezy oraz środowisk rówieśniczo-koleżeńskich w kształtowaniu selektywności recepcji mediów w opinii badanej młodzieży szkolnej.*

W konsekwencji dokonanych przez nas analiz dotyczących selektywności recepcji mass-mediów u młodzieży zrodziło się pytanie o udział w nich podstawowych środowisk wychowawczych, zwłaszcza tych, do których w założeniu należy formowanie właściwych postaw młodzieży w każdej dziedzinie życia. Za podstawę oceny wpływu środowiska rodzinnego, szkoły i katechetów, ale także rówieśników na formowanie określonych wcześniej „postaw” młodzieży wobec mass-mediów, przyjęliśmy opinie samych respondentów na ten temat.

Podobnie jak w przypadku analiz podjętych w poprzedniej części wyodrębniemy w opisie wyników badań poszczególne wymiary wpływu środowiskowego. Dla wstępnej jednak orientacji wcześniej postawiliśmy młodzieży trzy pytania: pierwsze – dotyczące uznawanych przez nią autorytetów oraz środowiskowego kontekstu recepcji środków masowego przekazu – szczegółowo biorąc; drugie – z kim młodzież najczęściej ogląda programy telewizyjne oraz trzecie – z kim rozmawia na temat treści przekazu telewizyjnego, radiowego i przeczytanej prasy.

W ogólnym, sumarycznym ujęciu odpowiedzi respondentów wszystkich typów szkół dotyczące uznawanych przez młodzież autorytetów wskazują (według ilości wyborów) na następujące osoby: rodziców – 76%, Kościół (uczniowie w tym przypadku nie wymieniają konkretnych osób) – 44%, telewizję – 36%, radio – 25%, kolegów – 13%, prasę – 7%, „inne osoby” – 5%, nauczycieli – 3%. Analiza tych wypowiedzi w zależności od typu szkoły ukazuje nieco inną kolejność doceniania autorytetów w poszczególnych przypadkach. Tylko w grupie licealistów niemal dokładnie potwierdza się „ranga” poszczególnych autorytetów (rodzice, Kościół, telewizja i radio – w takim samym stopniu, koledzy, prasa i nauczyciel, „inne osoby”). Inaczej przedstawia się uznanie autorytetów w tej dziedzinie w przypadku młodzieży ze szkoły zawodowej: rodzice i telewizja „cieszą się” jednakowym autorytetem – 59%, radio – 33,3%, Kościół i koledzy – 25,9%, 25,7%, prasa i „inne osoby” – 11,1%. W przypadku uczniów z technikum najważniejsi są tu rodzice, potem telewizja, Kościół, radio, koledzy, prasa, inne osoby, nauczyciel.

Zaskakująco małe znaczenie ma w opinii młodzieży wszystkich typów szkół autorytet nauczyciela. Minimalna grupa uczniów technikum (4,5%) oraz liceum (3,9%) uznaje jego autorytet, przy czym częściej czynią to dziewczęta niż chłopcy. Uczniowie szkoły zawodowej w ogóle nie wymieniają nauczyciela jako liczącego się dla nich autorytetu. Zjawisko to jest tak samo niepokojące, jak zbyt duże uznanie autorytetu radia i telewizji, uwidaczniające się we wskaza-

niach wszystkich badanych grup uczniów. Warto dodać, że w kategorii „inne osoby” najczęściej są wymieniane popularne gwiazdy filmu lub muzyki (w przypadku uczniów technikum są one ważniejsze od nauczycieli)⁴³.

Na pytanie, z kim najczęściej respondenci oglądają programy w telewizji, 50% badanej młodzieży wskazuje na rodziców, 16% – na kolegów, 34% ogląda samotnie. Jedynie w przypadku uczniów ze szkoły zawodowej towarzystwo rodziców jest równie częste co kolegów; może to oznaczać także większe wpływu tych osób na interpretację recypowanych treści. Przypuszczenie to w pewnym zakresie potwierdza odpowiedź na pytanie, z kim młodzież najczęściej rozmawia na temat treści w środkach masowego przekazu. Okazuje się, że aż 82% wszystkich respondentów rozmawia o tym przede wszystkim z rówieśnikami i przyjaciółmi, tylko 8% – z rodzicami, a 6% – z rodzeństwem (4% badanych nie rozmawia z nikim na te tematy).

Odpowiedzi na poszczególne pytania ujawniają wyraźne „pęknięcie” między uznaną, pierwszorzędną rangą autorytetu rodziców, a mimo to przenoszeniem potrzeby komentowania recypowanych treści na grunt środowisk rówieśniczych i towarzyskich. Może się rodzić pytanie, czy ta sytuacja nie oznacza także odnoszenia własnych ocen i akceptacji treści masowego przekazu do autorytetów z tych środowisk.

Przedstawimy teraz wyniki badań odnoszące się już bezpośrednio do poszczególnych zmiennych wpływu środowiskowego.

a) Wśród zmiennych wpływu środowiska rodzinnego zostały wyróżnione oddziaływania pośrednie, np. typ uznawanych w rodzinie wartości, charakter stosunków panujących w rodzinie (spotkania i rozmowy, organizowanie wspólnych form rozrywki, podział obowiązków) oraz bezpośrednio, ukierunkowane na wychowanie do planowego korzystania z mediów, np. rozmowy rodziców z młodzieżą i wyrażane przez nich opinie na temat oglądanych programów telewizyjnych czy innych treści masowego przekazu, kontrola oglądanych przez młodzież programów, a także rodzinne limitowanie recepcji mediów w czasie szczególnych okoliczności.

Preferowane i cenione w rodzinie wartości winny być wstępnym progiem selekcji treści proponowanych w mediach albo też swoistym „radarem” naprowadzającym młodego odbiorcę na wybieranie kulturowanych wartości w przekazie masowym. (Może się także okazać, że istnieje rozbieżność między tymi wartościami, które w ocenie młodzieży są uznawane przez rodzinę, a tymi, jakie

⁴³ Spotykane są także stwierdzenia wskazujące na indywidualizm młodzieży, np. „dana osoba sama dla siebie jest autorytetem”.

ona sama uznaje). Z sumarycznych zestawień odpowiedzi na pytanie, które wartości są uznawane w rodzinach respondentów, można było ustalić następującą ich kolejność: 1) inteligencja i wiedza (61,2%), 2) poświęcenie, gotowość pomocy (47,5%), 3) dobrobyt, sukces życiowy (41%), 4) sprawiedliwość, prawość charakteru (38%). Dalej znalazły się: 5) wierność, stałość uczuć (24%), 6) religijność, życie duchowe (22%). Różnice we wskazaniu rangi poszczególnych wartości zaznaczają się w zależności od typu szkoły; licealiści częściej wskazują na wiedzę i inteligencję jako cenione w ich środowisku rodzinnym, uczniowie technikum podkreślają przede wszystkim dobrobyt, sukces życiowy, uczniowie ze szkoły zawodowej – poświęcenie, gotowość niesienia pomocy, ale chłopcy z tejże szkoły w znacznym stopniu wskazują także na maksymalne wykorzystanie przyjemności, uroków życia.

Biorąc pod uwagę dominujące opinie młodzieży o sposobie wartościowania w ich rodzinach, stwierdzić trzeba, że środowiska te wykazują symptomy ulegania wpływom lansowanej w mass-mediach kultury. W większości rodzin są wprawdzie preferowane wartości poznawcze czy społeczne, ale prawie równorzędnie ceni się wartości materialne i utylitarne. Na dalszy plan są spychane takie wartości, jak stałość uczuciowa, więź rodzinna, religijność. Może to stwarzać sytuacje wspomagania przez rodzinę tych wyborów co do wartości, które koincydują z własnym sposobem oceny właściwym młodzieży, a jednocześnie są lansowane w mediach. (Rodzice nie dostarczają, jak się wydaje, wystarczająco ostrych i pożądaných kryteriów w tym względzie. Dowolność selekcji treści może być dodatkowo wspomagana brakiem wysiłków, by w rodzinie podtrzymywać więzi i kontakty oraz wspólne wykonywanie zadań czy organizowanie rekreacji. „Słabość” rodzin badanych w tych aspektach potwierdzają ich własne oceny. Tylko 30% respondentów twierdzi, że w ich rodzinach są podtrzymywane systematyczne, codzienne kontakty międzyosobowe. Czas na spotkania i rozmowy jest wygospodarowywany prawie wyłącznie w dni świąteczne, ale zdarzają się także wypowiedzi, że takich rozmów nie ma (14% respondentów). Tylko w opinii uczniów liceum kontakty rodzinne są dość systematyczne – przeważa kategoria „codziennie” (45%) oraz w dni świąteczne (43,1%). W wielu rodzinach nie ma także planowej organizacji zajęć; młodzież często stwierdza, że „każdy zajmuje się własnymi sprawami”. Tylko w przypadku 33% rodzin planuje się zajęcia takie np., jak świąteczne porządki, wyjazdy (częściej wskazują na to uczniowie liceum, dziewczęta). Podobna sytuacja ujawnia się w odpowiedziach na pytanie, czy w rodzinach istnieją jakieś wspólne formy rozrywki (poza telewizją). Większość uczniów (49%), bez względu na typ szkoły i płeć, stwierdza, że w ich rodzinach nie organizuje się wspólnie rozrywek lub ma to miejsce bardzo sporadycznie (35%). Ze wspólnie planowanej rekreacji (wymie-

niane są gry sportowe, spotkania rodzinno-towarzyskie, bardzo rzadko teatr, filharmonia, wspólne wycieczki) systematycznie korzysta 16% rodzin respondentów (częściej mówią o tym uczniowie liceum).

Sytuacja rodzin respondentów w aspekcie ujawnionych w nich sposobów wartościowania oraz stylu życia rodzinno-wspólnotowego nie stanowi, mówiąc ogólnie, korzystnej bazy dla formacji ukierunkowującej pożądany typ recepcji mass-mediów u badanej młodzieży.

Bezpośrednio do oddziaływań formacyjnych nawiązuje pytanie, czy respondenci mogą wskazać takie programy lub treści, których rodzice nie pozwalali im oglądać albo je odradzali. Najczęściej występującą odpowiedzią na to pytanie jest stwierdzenie (współbrzmiające w przypadku uczniów wszystkich typów szkół), że „nie ma takich programów” – 89% odpowiedzi. Tylko 11% młodzieży stwierdziło, że rodzice korygują ich wybory w tym względzie (dotyczy to przede wszystkim licealistów i dziewcząt). W tych przypadkach limitowane były: późna pora emisji, programy czy filmy o tematyce brutalnej, erotycznej i pornograficznej. Wskaźnikiem sondującym, na ile rodzice podejmują bezpośrednie zabiegi formacyjne, są także inicjowane przez nich rozmowy, a także opinie wyrażane na temat przekazu masowego w mediach. Z odpowiedzi respondentów na pytanie dotyczące tej kwestii wynika, że w przypadku 48% rodzin rozmowy takie mają miejsce „sporadycznie”, 39% zaś respondentów odpowiada, że odbywają się one często (w tej kategorii znaleźli się przede wszystkim licealiści). Nigdy nie ma tego typu rozmów w przypadku 13% rodzin. Po głębszej analizie odpowiedzi okazuje się jednak, że rodzice nie potrafią wyraźnie określić typu treści, jakie chcieliby polecić swoim dzieciom w środkach społecznego przekazu. Przyjęty w rodzinie styl recepcji mediów jest także pewną formą działań wychowawczych. Zapytaliśmy zatem badaną młodzież, czy są takie okoliczności, ze względu na które jest w rodzinie limitowana recepcja mediów (chodziło zwłaszcza o telewizję i radio). Z odpowiedzi wynika, że 69% rodzin nie wprowadza żadnych ograniczeń. W przypadku pozostałych 31% rodzin sytuacjami limitującymi recepcję – zwłaszcza telewizji – są najczęściej takie okoliczności, jak Wielki Piątek i Wielka Sobota, Wigilia Bożego Narodzenia, śmierć bliskiej osoby oraz – sporadycznie – okazjonalne spotkania rodzinne.

Rodziny ankietowanych uczniów, jak to wynika z zaprezentowanych danych, wykazują nieznaczną aktywność w podejmowaniu celowych wysiłków kształtujących właściwą postawę młodych odbiorców mediów. Te zaś starania, które rodzina podejmuje, nie są osadzone w konkretnej koncepcji określającej, jakie miejsce należałoby wyznaczyć mediom zarówno w rodzinnym sposobie organizowania czasu wspólnego odpoczynku, jak i w sferze wpływów wychowaw-

czych. Sami rodzice przypuszczalnie mają zbyt słabo określoną wiedzę i świadomość na temat właściwego sposobu korzystania z mediów.

b) Kościół – ze względu na znaczny autorytet w opinii badanej młodzieży – ma szansę kształtować jej prawidłowe postawy do recepcji. Oczywiście szansa ta jest uzależniona również od wpływu innych autorytetów znaczących dla młodzieży, zwłaszcza samych rodziców, jeśli identyfikują oni swe poglądy ze stanowiskiem Kościoła w tej sprawie i pozuwają się do współpracy z Nim, przynajmniej na poziomie przekazu elementarnych zasad. Pierwszoplanową rolę w tym względzie mają także katecheci.

Dla ustalenia, jakie czynniki faktycznie mają szansę określać wpływ Kościoła na formowanie selektywności recepcji badanych przez nas młodych odbiorców, posłużyły następujące wskaźniki: a) przynajmniej ogólna orientacja młodzieży na temat stanowiska Kościoła w kwestii mediów; b) opinia respondentów o uzyskiwanej w czasie katechez wiedzy na ten temat; c) samowychowawcze wysiłki uczniów (a konkretnie to, czy oglądają oni wskazane im katolickie programy).

W całej badanej próbie znalazły się tylko dwie wypowiedzi bliżej określające podstawowe zasady nauki Kościoła o mass-mediach (18% respondentów wykazało tylko ogólną orientację w tym względzie: „taka nauka istnieje”)⁴⁴. Powierzchnowa i raczej intuicyjna wiedza respondentów dotyczyła w tych przypadkach tego, co zdaniem młodzieży Kościół krytykuje. Wymieniane były następujące dziedziny opiniowane przez Kościół: reklama, „bo mówi o łatwości i przyjemności życia” – ankieta (dalej cyt.: A) 86, Techn., pornografia i czasopismo „Nie” oraz „wszystkie treści uderzające w tę instytucję” (A 71, ZSZ). Wyrażane były również opinie typu: „Kościół jest absolutnie przeciwny środkom społecznego przekazu, ale sam z nich korzysta” (A 91, 92, Techn.).

Ponieważ cała badana populacja (z wyjątkiem dwóch osób) uczęszczała na lekcje religii, ważne było ustalenie, jaką rolę w podstawowej formacji do odbioru mediów pełni katecheta. W związku z tym zapytaliśmy uczniów nie tylko o to, czy katecheta przekazuje wiedzę ogólną na temat mediów, lecz także o to, czy próbuje formułować swe oceny odnośnie do konkretnych programów lub audycji. Zdaniem większości respondentów, tematyka mediów jest poruszana na lekcjach religii; w opinii 47% uczniów – tylko „sporadycznie”, 15% zaś twierdzi, że zdarza się to często. Dość znaczna jednak grupa młodzieży (36%) utrzy-

⁴⁴ „Kościół zaleca wobec mass-mediów stosunek umiarkowany oraz dokładny wybór programów” (A 41, LO); „są dokumenty Kościoła mówiące, że środki masowego przekazu winny być pomocne w budowaniu człowieka i głoszeniu Dobrej Nowiny, a nie szkodzić człowiekowi i prawdzie” (A 80, Techn.).

muje, że katecheci nie podejmowali tej problematyki. Rysują się wszakże różnice w wypowiedziach respondentów poszczególnych typów szkół. W tym przypadku uczniowie technikum znaleźli się w znacznie korzystniejszej sytuacji, wszyscy bowiem badani reprezentanci klasy III tej szkoły potwierdzają, że katecheta poruszał tematykę mediów – sporadycznie (59,1%) lub często (40,9%). W grupie uczniów ze szkoły zawodowej tyle samo (44,4%) było wypowiedzi negujących, co potwierdzających (ale w kategorii „sporadycznie”), nieznaczna zaś liczba uczniów (7,2%) wypowiada się, że miało to miejsce często. Bardzo podobna sytuacja uwidacznia się w przypadku uczniów liceum (47% wybrało kategorię „nie”, „sporadycznie” – 43,2%, „tak, często” – 7,8%).

Podobna tendencja jest widoczna w odpowiedzi na pytanie, czy są takie programy i treści, które katecheta szczególnie krytykuje lub też takie, jakie szczególnie poleca. W tym przypadku także uczniowie technikum zdecydowanie częściej w stosunku do reprezentantów innych typów szkół przyznają, że spotkali się z krytycznymi wypowiedziami katechetów (w technikum – 40%, w liceum – 25%, w szkole zawodowej – 3,7%). Uwagi te dotyczyły najczęściej takich programów w telewizji, jak „Róbta co chceta”, niektórych programów rozrywkowych oraz filmu „Pokolenia”. Katecheci odradzali także takie czasopisma, jak „Popcorn”, „Bravo”, „Nie”, „Gazetę Wyborczą”. Wyszczególniano także uwagi katechetów odnoszące się do zafałszowań ukrytych w reklamie oraz ekspansji treści wulgarnych, pornograficznych, eksponujących przemoc i antyklerykalne nastawienie. Młodzież (11%) – zapytana jednak, czy katecheci wskazywali im konkretne treści godne polecenia – twierdzi, że była ona ukierunkowana, ale nie potrafi wskazać ani konkretnych programów, ani czasopism – wypowiedzi są bardzo ogólne, typu „zachęta do oglądania filmów religijnych, czytania prasy religijnej, słuchania audycji z rozgłośni katolickich”⁴⁵.

Na podstawie wyrażonych przez młodzież opinii trzeba stwierdzić, że szansa na przekaz wiedzy i społeczno-moralnych kryteriów, które by wspierały w niej proces kształtowania się selektywności recepcji mediów, nie jest ze strony katechetów wystarczająco wykorzystana. Być może taki stan rzeczy jest uwarunkowany także niewystarczającym przygotowaniem katechetów na ten temat.

Jednym ze wskaźników samowychowawczych wysiłków młodzieży może być recepcja zalecanych jej przez katechetów katolickich źródeł i treści przekazu masowego. Badana przez nas młodzież (67%) w ogóle nie korzysta z tych źródeł, sporadycznie zaś – 20%. Jedynie 11% przyznaje, że systematycznie

⁴⁵ Jednakże aż 78% młodzieży nie spotkało się z zachętą do korzystania w mediach z konkretnych treści, polecanych przez katechetów.

ogląda programy katolickie lub czyta prasę katolicką. W kategorii systematycznych odbiorców przeważali uczniowie technikum; oni także stanowili najliczniejszą grupę wśród rzadko korzystających z tego typu przekazu. Opierając się na poprzednich analizach, można przypuszczać, że młodzież tej szkoły stosuje się do wskazówek udzielanych jej częściej niż w pozostałych przypadkach na lekcji religii. Z katolickich programów w telewizji wymieniany był tylko jeden, mianowicie „Ziarno”. Gdy chodzi o prasę katolicką, znano „Misyjne Drogi”, „Niedzielę” i „Rycerza Niepokalanej”. Z audycji radiowych był wymieniany program „Spojrzenia”.

Ogólnie respondenci są słabo umotywowani do odbioru katolickich środków i treści przekazu. Nie rozumieją potrzeby ich „obecności”, nie wykazują zainteresowania nimi, nie są one – według młodzieży – odpowiednio uzasadnione i atrakcyjne⁴⁶. Uwidacznia się tutaj realny skutek zaniedbań formacyjnych nie tylko ze strony katechety, ale i rodziców; nie tylko na płaszczyźnie przekazu wiedzy, ale także w dialogu z młodzieżą.

c) Szkoła ze względu na przypisane jej funkcje – dydaktyczną i wychowawczą – jest szczególnie predysponowana do formowania właściwego uczestnictwa młodzieży w masowym przekazie. Dla stwierdzenia, na ile faktycznie pełni tę rolę, w badanym przypadku dobraliśmy zasadniczo dwa wskaźniki. Są nimi: opinia respondentów na temat przekazu wiedzy o mass-mediach w szkole oraz stwierdzenie, czy nauczyciele udzielają jakichkolwiek uwag lub kierują do młodzieży dyrektywy odnoszące się do recepcji określonych programów, prasy czy audycji radiowych.

Opinię, że brakuje przekazu wiedzy o mass-mediach w szkole wyraża 51% ankietowanych. Tylko 2% mniej utrzymuje, że szkoła przekazuje tę wiedzę. Odpowiedzi wyraźnie różnicują się ze względu na typ szkoły. Uczniowie technikum (100%) stwierdzają, że nie przekazuje się im takiej wiedzy. Tę samą opinię podzielają respondenci ze szkół zawodowych (85,2%). Licealiści w wyraźnej większości (88,2%) przyznają, że szkoła jednak podejmuje problematykę mass-mediów – głównie w ramach lekcji z języka polskiego. W żadnym też z badanych środowisk szkolnych nie korzystano z mediów jako pomocy dydaktycznej.

⁴⁶ Negatywnie nastawieni respondenci powtarzają najczęściej obiegowe opinie typu: „Należy zlikwidować katolickie rozgłoszenie, gdyż zajmują częstotliwość” (A 54, ZSZ), „Programy katolickie są niepotrzebne, bo wiara to sprawa prywatna” (A 98, Techn.), „Środki masowego przekazu winny być obiektywne, a nie katolickie, świeckie czy rządowe” (A 4, LO), „Jest mi zupełnie obojętne, o czym mówi się w tych programach” (A 26, LO).

Oddziaływanie szkoły weryfikuje się także w podejmowanych przez nauczycieli próbach kształtowania upodobań treściowych i programowych młodzieży. W badanych przypadkach 87% respondentów twierdzi, że nauczyciele nie podejmują krytyki środków masowego przekazu i wręcz unikają określania własnego stanowiska w tych sprawach, nie opowiadają się po stronie określonych wartości. Jeśli jakieś uwagi są formułowane – 13% respondentów twierdzi, że tak jest – mają one wówczas charakter dość ogólny. Nauczyciele krytykują media za zbyt dużą liczbę filmów amerykańskich, płytkie treści programów młodzieżowych oraz forsowanie niektórych poglądów politycznych (młodzież nie podaje jakich). Uczniowie natomiast są krytykowani za nawyk oglądania programów nocnych. Ponad 50% respondentów twierdzi, że najczęściej polecanymi przez nauczycieli treściami są programy edukacyjne. O takich programach są informowani zwłaszcza licealiści.

Analizowane wskaźniki służące ocenie funkcji formacyjno-korekcyjnej szkoły w dziedzinie mass-mediów pozwalają wnioskować, że liceum – pośród branych pod uwagę typów szkół – jest jedynym środowiskiem, które w ramach ogólnego i wszechstronnego kształcenia podejmuje (choć także tylko częściowo) problematykę mediów. Ani technikum, ani szkoła zawodowa nie mają – jak się wydaje – większego wpływu tak w płaszczyźnie przekazu ogólnej orientacji o mediach, jak i co do kształcenia upodobań treściowych w masowym przekazie⁴⁷.

d) Młodzież to grupa społeczna, dla której typowe jest dążenie do żywych kontaktów koleżeńskich i przyjacielskich. Ankietowani przez nas uczniowie potwierdzają tę prawidłowość, 90% przyznaje się bowiem do posiadania bliskich przyjaciół, 10% zaś ma „jedynie” szkolnych kolegów. Nie różnicuje tej prawidłowości typ szkoły ani wiek. Duża jest także częstotliwość utrzymywanych kontaktów towarzyskich; codziennie spotyka się z przyjaciółmi 35% uczniów, 42% zaś czyni to kilka razy w tygodniu. Pozostałe 11% znajduje czas na kontakty towarzyskie tylko raz w tygodniu, w dni wolne od nauki. Fakt ten ma przypuszczalnie swoje znaczenie dla kształtowania typu postaw recepcyjnych ze strony środowisk rówieśniczo-towarzyskich. Dla określenia klimatu i kierunku tego wpływu postawiliśmy młodzieży pytanie, czy podczas spotkań towarzyskich ogląda wspólnie z innymi telewizję oraz czy podejmuje w gronie przyjaciół dyskusje związane z treścią prasy, programów telewizyjnych i radiowych.

⁴⁷ Uczniowie technikum mają korzystniejszą sytuację, jeśli chodzi o podejmowane działania formacyjne na lekcjach religii. W tym przypadku jednak decyduje nie tyle typ szkoły i poziom jej nauczania, ile raczej sama osoba katechety i jej przygotowanie w tym zakresie.

Okazuje się, że badana młodzież rzadko ogląda telewizję w czasie spotkań z kolegami (wyjątek stanowią tylko uczniowie z ZSZ, którzy w 37% przyjmują taką formę spędzania czasu wolnego). Problematyka mediów jest jednak podejmowana w rozmowach koleżeńskich. Rozmowy te mają najczęściej charakter powierzchownych relacji na temat oglądanych filmów czy programów. Taką formę rozmów przyjmuje 50% wszystkich respondentów. W rezultacie oznacza to uprawianie swoistej reklamy obejrzanych filmów i programów oraz przeczytanych w prasie pozycji. (Refleksyjność nad odbieranymi treściami podkreślają jedynie licealiści). Można przypuszczać, że sugestia powtarzana w grupie co do treści „zasługujących” na przeżycie jest bardzo silna. Sama młodzież potwierdza to przypuszczenie. W sumie 88% przyznaje się, że ulega takim opiniom i sugestiom ze strony rówieśników (częściej dziewczęta). Wyraźnie podkreśla swoją niezależność w tym względzie tylko 12% ogółu respondentów.

Stwierdzona przez młodzież zależność od wpływów rówieśniczych uwidacznia się przede wszystkim w płaszczyźnie upodobań treściowych. Środowiska te wydają się być dla młodzieży najbardziej wiarygodnym źródłem ocen i punktem odniesienia dla preferencji określonych treści w mass-mediach. Wobec zadeklarowanych wcześniej tendencji do upodobań konsumpcyjnych, fakt znaczącej roli rówieśników w wyborze treści przekazu nie prognozuje dobrze dla kierunku formacji do właściwego korzystania z mediów. Może to nie tylko uzasadniać niski poziom selektywności recepcji młodzieży (co zostało stwierdzone), ale także zapowiadać pogłębienie się tej tendencji.

IV. WNIOSKI I UWAGI KOŃCOWE

Przeprowadzone w części teoretycznej i empirycznej analizy, mające wprowadzić jedynie przyczynkarski charakter, rysują jednak zagadnienie selektywności recepcji mediów u młodzieży szkolnej jako problem wymagający pilnego zainteresowania tak ze strony socjologów kultury i pedagogów w płaszczyźnie badań naukowych, jak ze strony tradycyjnych środowisk wychowawczych, jeśli chodzi o działania praktyczne. Środki masowego przekazu bowiem wydają się mieć otwartą drogę do całkowitej ekspansji w tak ważnych dziedzinach życia, jak kultura i wychowanie. W skrajnym przypadku może to oznaczać, że staną się one głównymi kanałami przekazów kulturowych i oddziaływań wychowawczych, przejmując od tradycyjnych środowisk wychowawczych ich podstawowe i właściwe funkcje w tym zakresie. Prawdopodobieństwo dla takiej perspektywy stwarza nie tylko „pracująca” nieustannie nad podnoszeniem poziomu atrakcyjności mass-mediów technika wraz z jej dobrodziejstwami oraz – w sposób

świadomy – ideologie materialistyczne i liberalne, którym zależy na dominacji oddziaływań, ale także – niestety – w sposób nieuświadomiony sami odbiorcy, a nade wszystko ich wychowawcy, jacy cedują w wielu przypadkach swe podstawowe obowiązki wychowawcze i przywilej pierwszeństwa wpływu na rzecz mediów i ich dysponentów. Empirycznym uzasadnieniem wyrażonych tutaj obaw są uzyskane przez nas dane. Ujawniają one przede wszystkim niski poziom selektywności recepcji u młodych odbiorców. Około 2/3 młodzieży badanych szkół średnich spędza przed ekranem telewizyjnym co najmniej 2 godziny dziennie, co daje 14 godzin tygodniowo. Jednak ponad 1/3 respondentów można uznać już za „zagorzałych” telewidzów, gdyż poświęcają oni recepcji telewizji 4 i więcej godzin dziennie. Podobnie przedstawia się recepcja radia, które stale towarzyszy młodzieży podczas jej pobytu w domu, także w trakcie odrabiania zadań szkolnych. Odbiór przekazu masowego ma charakter niemal całkowicie bezrefleksyjny; dominują konsumpcyjne upodobania, spotykane są często przypadki recepcji niezaplanowanej, mechanicznej, „jak leci”. Niski jest poziom krytycyzmu młodzieży wobec przekazywanych treści. Uzyskane dane świadczą o tym, iż zarówno rodzice, jak szkoła i katecheci zaniedbują swe możliwości ukształtowania takich postaw młodzieży wobec mediów, by to ona dysponowała mediami, a nie na odwrót; by środki masowego przekazu nie „rządziły” czasem wolnym i tym, który jest przeznaczony na naukę i inne formy uczestnictwa kulturowego; by to młodzież wybierała odpowiednie treści według wszczepionych jej kryteriów oceny, nie zaś by jej narzucano wartości niekorzystne dla niej i obce polskiej kulturze; żeby wreszcie młodzież posługiwała się mediami jako instrumentami własnej edukacji i rozwoju duchowego i nie pozostawała w funkcji narzuconych jej kierunków myślenia i sposobów wartościowania.

Jeśli chodzi o wpływy formacyjne, należy rozgraniczyć faktycznie podejmowane oddziaływania od istniejących szans i możliwości. Do tej pory faktyczny wpływ na odbiór środków masowego przekazu wydają się mieć przede wszystkim rówieśnicy (zwłaszcza w aspekcie preferencji i akceptacji treści) oraz w jakimś stopniu szkoła, ale tylko typu licealnego, i katecheza (tylko w przypadku technikum, gdzie katecheta podejmował wyraźne wysiłki w tym kierunku).

Problem ten należy poddać szczególnej rozprawie rodziców i katechetów, którzy – jak wynikało z wypowiedzi – cieszą się nadal autorytetem u młodzieży, ale także nauczycieli. Nasi respondenci (40%) wyrazili opinię, że ukierunkowanie właściwej recepcji mediów jest konieczne (choć, jak twierdzą, już nie im, lecz młodszym od nich). W opinii naszych respondentów obowiązek ten spoczywa nade wszystko na rodzicach (81%), szkole (37%) i Kościele (17%). Jako postulowaną formę oddziaływań w rodzinie młodzież podkreśla rozmowę i dyskusję, wymianę doświadczeń (87%) oraz przykład właściwego podejścia

do mass-mediów ze strony samych rodziców. Od szkoły młodzież oczekuje ciekawych, a nie autorytatywnych dyskusji klasowych, w których każdy mógłby wyrazić własne poglądy (21%) oraz wykorzystania mass-mediów w czasie lekcji (14%), a nawet wprowadzenia osobnego przedmiotu o środkach masowej komunikacji (9%). Rolę Kościoła badani widzą w uświadamianiu tego, co jest naprawdę wartościowe, dobre, a co złe w kształtowaniu charakteru dzieci i młodzieży oraz w podejmowaniu problematyki mass-mediów w kazaniach i na katechezie.

W części postulatywnej naszych rozważań chcemy podkreślić najpierw potrzebę harmonizowania wysiłków ze strony wszystkich środowisk wychowawczych, przy czym najbardziej pożądaną formą oddziaływań wydaje się nie tylko przekaz podstawowej wiedzy o mediach i mechanizmach ich oddziaływania, lecz także dialog, rozmowa, dyskusja, które w odczuciach i oczekiwaniach samej młodzieży są właściwym klimatem formacji. Wysiłki wychowawców winny być wspierane systematycznymi diagnozami poziomu selektywności recepcji u młodzieży różnych grup wieku. Postulat ten dotyczy zwłaszcza badaczy z dziedziny socjologii kultury i wychowania oraz pedagogiki.

BIBLIOGRAFIA

- „Aetatis novae”. Instrukcja duszpasterska Papieskiej Komisji d/s Środków Społecznego Przekazu, Watykan 1991.
- B a c h - O l a s i k T.: Oddziaływanie telewizji na zachowanie agresywne dzieci i młodzieży, „Problemy Opiekuńczo-Wychowawcze”, 1993, nr 2, s. 56-59.
- B u t k i e w i c z M.: Wiedza o filmie w programach nauczania polskiej szkoły, [w:] Wiedza o filmie w szkole, red. H. Depta, Koszalin 1983.
- C h r a p e k J.: Uwarunkowania recepcji programów telewizyjnych przez młodzież, Lublin 1985.
- C h r a p e k J.: Współczesne techniki komunikowania nowym wyzwaniem dla Kościoła, [w:] Kościół a środki społecznego przekazu, red. J. Chrapek, Warszawa 1990.
- Dekret o środkach społecznego przekazywania myśli „Inter mirifica”, Watykan 1964.
- D e p t a H.: Społeczne programy wiedzy o filmie w szkole, [w:] Wiedza o filmie w szkole, red. H. Depta, Koszalin 1983.
- G a j d a J.: Telewizja. Młodzież. Kultura, Warszawa 1968.
- G r z e g o r s k i Z.: Dialog rodzinny – formacja i korektura wpływu masowego przekazu, [w:] Wychowanie w rodzinie, red. F. Adamski, Kraków 1982.
- J a k u b o w i c z K.: Telewizja a człowiek i społeczeństwo, [w:] Człowiek a telewizja, red. K. Jakubowicz, Warszawa 1974.

- K o b l e w s k a J.: Środki masowego oddziaływania. Problemy społeczne, wychowawcze i propagandowe, Warszawa 1972.
- K o b l e w s k a J.: Propaganda i wychowanie, Warszawa 1974.
- K o m o r o w s k a J.: Telewizja w życiu dzieci i młodzieży, Łódź 1963.
- K o m o r o w s k a J.: Telewizja a wychowanie w rodzinie i zdrowie psychiczne dziecka, [w:] Kościół a środki masowego przekazu, red. J. Chrapek, Warszawa 1990.
- K o r s a k Z.: Świadomość filmowa młodzieży, „Studia Pedagogiczne”, 1990, z. 16.
- K u b i n J.: Radio i wychowanie, Warszawa 1964.
- K u b i n J., K o m o r o w s k a J.: Czy telewizja wychowuje?, Warszawa 1969.
- L e s z c z u k E.: Wychowanie prospołeczne, [w:] Wychowanie w rodzinie, red. F. Adamski, Kraków 1982.
- L i p k o w s k i O.: Wpływ środków masowego przekazu na kształtowanie społeczno-moralnej postawy, [w:] Resocjalizacja, red. O. Lipkowski, Warszawa 1974.
- P i e l a s i ń s k a N.: Młodzież szkolna wobec problemów kultury, Warszawa 1978.
- R o t k i e w i c z H.: Pedagogiczne aspekty środków masowego przekazu M. McLuhana, Wrocław 1983.
- R u d z k i J.: Zafascynowani telewizją, Wrocław 1967.
- R y ł k o T.: Samowychowanie audiowizualne, [w:] Zło nie odmieni serca mego, red. T. Ryłko, Częstochowa 1991, s. 125-130.

THE SELECTIVITY OF THE RECEPTION OF THE MASS MEDIA
IN THE YOUTH OF SECONDARY SCHOOLS
AND THE ENVIRONMENTAL FACTORS WHICH SHAPE ITS LEVEL

S u m m a r y

The paper attempts at a „diagnosis” of the level of selectivity of the reception of a mass message in the youth of some selected secondary schools. At the same time the paper has taken into account the influence of traditional educative milieus (family, Church, school, peer groups), which could be important in the shaping of a particular way in which youth used the mass media.

As a result, the analyses have established a low level of the selectivity of the media's reception in the youth under study. This was expressed, among other things, in an excessive „dependence” on the media, especially such as the radio and television (young people often used these media without any greater constraints, sometimes at the expense of school duties, sleep or other tasks); in a consumptive type of content and programme interests (such entertainment contents are selected which do not call for reflection); in preferring and accepting, above all, those personality patterns which are most often promoted in the mass media (“laid-back” life style, “film star-like” attitude, being attractive as regards strength, appearance, material and social success, applause).

The level of the selectivity of the reception in the youth under study is modified by such variables as sex and type of school (comprehensive school children and girls show a higher level of criticism, e.g. when it comes to the knowledge of the mechanisms of dishonest dealings in the media), but to a greater extent by the influence (or negligence) in the family, school, during catechesis, and – directly – through contacts with peers. It turns out that it is just peers that have the greatest influence on the formation of content interest in youth, whereas the family and Church, which are given precedence by youth (especially comprehensive school students) as authorities, neglect their chance to shape in youth a critical reception of the mass media. Their negligence concerns both the elementary knowledge about the media (within the framework of the Polish language instruction).

Final conclusions emphasize a need to act on two levels: 1) the research level – confronting the assumed educative goals with the actual level of youth's knowledge, interests, and inclinations towards the values which are offered in the milieu traditionally forming and in the mass media, 2) a need to harmonize the formative influences in the milieu responsible for the formation of youth to make a proper use of the mass media. There is also a need to appropriately prepare parents, teachers and catechists.

Translated by Jan Kłos