

# PRZEMOC I ZDROWIE

W OBRAZACH  
TELEWIZYJNYCH

(Edukacja przez „codziennosc” telewizyjna)



# VIOLENCE AND HEALTH

IN TELEVISION

(Education by TV „Commonplace”)

MIROŚŁAW KOWAŁSKI  
MARIUSZ DROZDZ

Niniejsza **darmowa publikacja** zawiera jedynie fragment pełnej wersji całej publikacji.

Aby przeczytać ten tytuł w pełnej wersji [kliknij tutaj](#).

**Niniejsza publikacja może być kopiowana, oraz dowolnie rozprowadzana tylko i wyłącznie w formie dostarczonej przez NetPress Digital Sp. z o.o., operatora [sklepu na którym można nabyć niniejszy tytuł w pełnej wersji](#). Zabronione są jakiegokolwiek zmiany w zawartości publikacji bez pisemnej zgody NetPress oraz wydawcy niniejszej publikacji. Zabrania się jej od-sprzedaży, zgodnie z [regulaminem serwisu](#).**

Pełna wersja niniejszej publikacji jest do nabycia w sklepie internetowym [Złote Ebooki](#).



Przemoc i zdrowie w obrazach telewizyjnych  
(edukacja przez „codziennosc” telewizyjną)

Violence and Health in Television  
(Education by TV „Commonplace”)



Uniwersytet Zielonogórski  
w Zielonej Górze

Mirosław Kowalski Mariusz Drożdż

Przemoc i zdrowie w obrazach telewizyjnych  
(edukacja przez „codzienność” telewizyjną)

Violence and Health in Television  
(Education by TV „Commonplace”)



Oficyna Wydawnicza „Impuls”  
Kraków 2008

© Copyright by Oficyna Wydawnicza „Impuls”, Kraków 2008

Recenzenci:

*prof. dr hab. Mirosława Wawrzak-Chodaczek*

*prof. dr hab. Ewa Syrek*

Redakcja wydawnicza:

*Agnieszka Gajewska*

Korekta:

*Jolanta Chrostowska-Sufa*

Projekt okładki:

*Ewa Beniak-Haremska*

Wydanie książki zostało dofinansowane przez  
Uniwersytet Zielonogórski w Zielonej Górze

ISBN 978-83-7308-986-0

Oficyna Wydawnicza „Impuls”

30-619 Kraków, ul. Turniejowa 59/5

tel. (012) 422-41-80, fax (012) 422-59-47

[www.impulsoficyna.com.pl](http://www.impulsoficyna.com.pl), e-mail: [impuls@impulsoficyna.com.pl](mailto:impuls@impulsoficyna.com.pl)

Wydanie I, Kraków 2008

# Spis treści

Wstęp .....	9
-------------	---

## Część I

### Widz telewizyjny w ponowoczesnym świecie (Mariusz Drożdż)

Wstęp .....	15
Telewizja jako element kształtowania postaw życiowych odbiorców .....	16
Oddziaływanie mediów wizualnych na podświadomość .....	16
Konstruowanie znaczenia .....	26
Kod hermeneutyczny i jego wpływ na rozumienie treści .....	31
Telewizja jako źródło informacji i manipulacji w świecie globalizacji i gospodarki rynkowej .....	34
Telewizja – szansa czy zagrożenie w świecie globalizacji i gospodarki rynkowej? .....	40
Telewizyjna przemoc w świetle badań naukowych .....	42
Przejawy negatywnego wpływu programów telewizyjnych na postawy dzieci, młodzieży oraz dorosłych .....	56
Pedagogiczne wymiary telewizji .....	59
Miejsce pedagogiki w stymulowanym przez telewizję świecie .....	60
Kształtowanie kompetencji komunikacyjnych odbiorców .....	61
Propozycje rozwiązań edukacyjnych zapobiegających wywołanej przez media elektroniczne agresji i przemocy .....	68



Część II  
Obraz telewizyjny jako przestrzeń kultury zdrowia  
(Mirosław Kowalski)

Wstęp .....	77
Zdrowie dla wszystkich – aktualność tematu, jego znaczenie pedagogiczne i społeczne .....	81
Wokół pojęć: zdrowie, wartość zdrowia, kultura zdrowotna .....	81
Zdrowie młodego pokolenia: towar czy wartość? .....	89
Konsumpcjonizm i konsumeryzm zdrowotny .....	94
Wokół triady: zdrowie – wartość – telewizja .....	107
„Telewizyjność” zdrowia. Między zrozumieniem a odrzuceniem .....	109
Telewizyjna „mandragora” wartości zdrowia. Telewizja jako nośnik wartości zdrowia. Świat iluzji – świat bez zdrowia? .....	122
Wiesz wszystko – reklama telewizyjna jako spektakl o zdrowiu i dla zdrowia? .....	131
Zdrowie dzięki telewizji, czyli wielkie wychowawcze udawanie? Trudne pytania do (nie)dojrzałych rodziców .....	145
Telewizyjny świat zdrowia – konteksty panowania konsumpcji zdrowotnej .....	147
Edukacja zdrowotna przez „codziennność” telewizyjną. I co dalej? .....	155
Krótkie zakończenie z mottem .....	165
Abstract .....	171
Bibliografia .....	173

# Contents

Introduction .....	9
--------------------	---

## Part I

### TV Viewer in a Postmodern World

(Mariusz Drożdż)

Introduction .....	15
Television as an Element of Constructing life Attitudes of Viewers ....	16
Visual Media Influence on Subconsciousness .....	16
The Construction of Meaning .....	26
Hermeneutic Code and Its Influence on Understanding the Contents .....	31
Television as a Source of Information and Manipulation in the World of Globalization and Market Economy .....	34
Television – the Chance or a Threat in the World of Globalisation and Market Economy? .....	40
TV Violence in the Light of Academic Studies .....	42
Symptoms of Negative Influence of TV Programs on Attitudes of Children, Teenagers and Adults .....	56
Pedagogical Dimensions of Television .....	59
The Site of Pedagogy in a TV Stimulated World .....	60
The Construction of Communicative Competents of Viewers .....	61
Educational Solutions Proposals to Prevent Electronic Media Created Aggression and Violence .....	68

Part II  
Television Scene as a Space of Health Culture?  
(Mirosław Kowalski)

Introduction .....	77
Health For Everybody – Topicality, Its Pedagogical and Social Meaning .....	81
About Ideas: Health, Health Value, Health Culture .....	81
Health of Young Generation: Commodity or Value? .....	89
Consumption Salubrity .....	94
About Triad: Health – Value – Television .....	107
„Televised” Health. Between Understanding and Refusal .....	109
TV „Mandragora” of Health Value. Television as a Health Value Carrier.	
World of Illusion – World without Health? .....	122
You Know Everything – TV Commercial as a Performance about Health and to Health? .....	131
Health Owing to Television or Big Educational Simulation? Difficult Questions to (Im)mature Parents .....	145
TV World of Health – Contexts of Health Consumption Domination .....	147
Health Education through the TV „Commonplace”. And What Is Next? .....	155
A Short End with Motto .....	165
Abstract .....	171
References .....	173

## Wstęp

*[...] media zwielokrotniają zdarzenia, popychając znaczenia. Zdarzenia nie mają już swojej czasoprzestrzeni [...]. Od tego miejsca wszystko to, co pozostaje, to pewien rodzaj bezpłodnej pasji, oglupienie w obliczu zmieniających się sekwencji obrazów, zdarzeń, przekazów itp., które nie mają już żadnego znaczenia, ponieważ nie ma czasu. Wszystko zmienia się zbyt szybko i zbyt mocno, tak że obrazy nie mają czasu, by powrócić i poddać się refleksji<sup>1</sup>.*

Od momentu pojawienia się w połowie ubiegłego wieku telewizja stała się wiernym towarzyszem człowieka. Można z całym przekonaniem stwierdzić, że świat istnieje dzięki obrazowi odbitemu w telewizji, a świata rzeczywistego jakoby nie było. O ile jednak początkowo, a nawet przez większość czasu, telewizja odgrywała rolę informatora i dostarczyciela wyszukanych form rozrywki, o tyle w ostatnich latach coraz bardziej odchodzi od szeroko rozumianego modelu pedagogicznego. Dziennikarze i osobowości telewizyjne nie pełnią już, jak dawniej, funkcji nauczycieli, ale bardziej towarzyszy dyskusji. Króluje bylejakowość i wszechogarniająca rozrywka.

Rewolucja przemysłowa spowodowała niezwykle udoskonalenie środków masowego przekazu, co radykalnie zmieniło charakter informacji docierających do przeciętnego człowieka. Jednocześnie cały sztab ludzi pracuje nad tym, aby przekaz zawierał coraz większy ładunek informacyjny i emocjonalny, co wiąże się z kosztami, które trzeba płacić za każdą sekundę emisji programu. To powoduje natłok informacyjny, czy wręcz chaos. Drogę na antenę najłatwiej znajdują programy komercyjne i przyciągające najszerszą widownię, obfitujące w sceny seksu i przemocy. Liczba stacji telewizyjnych rośnie z roku na rok, widzów tak szybko nie przybywa, poszerzenie audytorium wiąże się więc z odebraniem go konkurencji. Odbiorców

---

<sup>1</sup> J. Baudrillard, *Gra resztkami* [w:] S. Czerniak (red.), *Postmodernizm a filozofia. Wybór tekstów*, Warszawa 1996, s. 209.

zalewa komercja i coraz trudniej odróżnić ją od rzetelnej informacji. To powoduje upowszechnienie konsumpcyjnego stylu życia. Programy coraz częściej stają się dodatkiem do reklamowanych produktów. Dawnych twórców i odbiorców kultury wypierają producenci i konsumenci. Można powiedzieć, że koncerty medialne nie sprzedają już informacji ludziom, ale ludzi reklamodawcom. Ci sprzedają nie tylko swoje produkty, ale i wykreowany przez speców od marketingu styl życia. Odbiorca zamiast poszerzać wiedzę musi zdobyć umiejętność poruszania się w świecie dostarczanych mu przyjemności.

Twórcy programów prześcigają się w produkowaniu audycji, które najbardziej podobają się widzom. Posuwają się jeszcze dalej: nie tylko spełniają oczekiwania odbiorców, ale także wytwarzają u nich nowe potrzeby, które domagają się zaspokojenia. Następuje inwazja nowości, które wdzierają się w nasze codzienne życie. Dawniej sytuacje zazwyczaj były podobne do siebie, dziś każda jest czymś niepowtarzalnym, doświadczenie staje się przeszkodą w nadążaniu za nowymi trendami. Telewizja, coraz częściej postrzegana jako substytut nieprzewidywalnej rzeczywistości, tworzy nową rzeczywistość. Nie pozwala na spokojną koncentrację tylko na jednym problemie lub jednej sytuacji w danej chwili, lecz ciągle odwraca uwagę i absorbuje nasz czas. Tempo zmian stale wzrasta, przekraczając możliwości przystosowawcze człowieka.

W konsekwencji obniża się smak estetyczny widzów, a prezentowanie programów zaspokajających najniższe instynkty nie tylko znieczula na zło, ale także wyzwala zapotrzebowanie na medialną przemoc. Brutalizacja, przemoc i popularyzacja negatywnych wzorców wywołują zachowania społeczne, które przenikają do życia rodzinnego i środowiska szkolnego, kultury masowej i rozrywki. Autorzy tzw. mocnych programów twierdzą, że wychodzą naprzeciw gustom odbiorców. Posiłkują się przeprowadzonymi na swój użytek badaniami i dostosowują treści programowe do zgłoszonych w nich potrzeb. Tymczasem uczenie się odgrywa ważną rolę w agresywnym zachowaniu ludzi. Programy telewizyjne, dostarczając wzorów aktów przemocy, sankcjonują je i wpływają na agresywne zachowania zwłaszcza najmłodszych widzów. Dzieci nie tylko uczą się natychmiast reakcji agresywnych, lecz także mogą reprodukować niektóre z nich po upływie wielu miesięcy. Ludzie, którzy dopuszczają się aktów agresji, są bardziej skłonni do stosowania przemocy w przyszłości. Dzieje się tak, ponieważ dokona-

nie aktu agresji przeciw określonemu człowiekowi zmienia postawę względem tej osoby, nasilając negatywne uczucia wobec niej, a więc zwiększając prawdopodobieństwo przyszłej agresji. Ktoś, kto wyrządza krzywdę drugiej osobie, uruchamia w podświadomości procesy poznawcze zmierzające do uzasadnienia dokonanego aktu okrucieństwa. Ponieważ zwykle uważamy siebie za dobrych ludzi, skrzywdzenie kogoś wywołuje w nas dysonans poznawczy. Redukujemy go, tłumacząc sobie, że skrzywdzenie tej osoby nie było złym czynem. Przemoc nie zmniejsza skłonności do agresji, lecz ją nasila. Pokazywanie jej w telewizji stanowi więc potencjalne niebezpieczeństwo, gdyż służy jako model zachowania, zwłaszcza dla dzieci.

Równie ważne jest to, że jednym z najbardziej charakterystycznych zjawisk współczesnej kultury zdrowotnej jest upowszechnianie treści z obszaru zdrowia za pomocą środków masowego przekazu, w tym przede wszystkim telewizji. Współcześnie telewizja kreuje problemy zdrowotne (poprzez m.in. komunikaty reklamowe), tworzy wzorce postaw zdrowotnych wobec sfery przyjemnościowej, a związanej z cielesnością człowieka, przygotowuje młodego odbiorcę do odgrywania specyficznych ról wobec możliwych strategii konsumpcji zdrowotnej, edukując tym samym do zdrowia i „niezdrowia”. Telewizja stanowi nie tylko specyficzny obszar naszego funkcjonowania, ale także najpowszechniejsze i prawdopodobnie najskuteczniejsze źródło wiedzy o zdrowiu<sup>2</sup>. Z tego powodu bardzo często analizuje się wiarygodność przekazywanych informacji, rekonstruuje upowszechniane modele zdrowotne oraz bada funkcje wykorzystywanych sposobów transmisji.

W tej sytuacji musimy sobie odpowiedzieć na pytanie: czy obecny system edukacyjny jest przygotowany na spełnienie swoich zadań pedagogicznych, społecznych, politycznych, kulturalnych i ekonomicznych, czy też rolę wychowawczą przejmują współczesne media elektroniczne w postaci telewizji, komputerów i telefonów komórkowych? Badania przeprowadzone w ostatnich latach za granicą dowodzą, że treści przekazywane w programach telewizyjnych nie zawsze są odbierane przez widzów zgodnie z oczekiwaniami ich twórców. Dlatego podjęliśmy próbę przeprowadzenia analizy progra-

---

<sup>2</sup> Amerykańska Akademia Pediatrii wskazała cztery rodzaje zagrożeń dla zdrowia, które są wynikiem oglądania przekazów telewizyjnych. Dotyczą one agresywności, otyłości, uzależnień i wczesnej aktywności seksualnej; zob. American Academy of Pediatrics, *Children, adolescents and television*, „Pediatrics” 1990, nr 85.

Niniejsza **darmowa publikacja** zawiera jedynie fragment pełnej wersji całej publikacji.

Aby przeczytać ten tytuł w pełnej wersji [kliknij tutaj](#).

**Niniejsza publikacja może być kopiowana, oraz dowolnie rozprowadzana tylko i wyłącznie w formie dostarczonej przez NetPress Digital Sp. z o.o., operatora [sklepu na którym można nabyć niniejszy tytuł w pełnej wersji](#). Zabronione są jakiegokolwiek zmiany w zawartości publikacji bez pisemnej zgody NetPress oraz wydawcy niniejszej publikacji. Zabrania się jej od-sprzedaży, zgodnie z [regulaminem serwisu](#).**

Pełna wersja niniejszej publikacji jest do nabycia w sklepie internetowym [Złote Ebooki](#).