

EKSHIBICJONIZM MEDIALNY JAKO ZAGROŻENIE DLA DZIECKA I WIĘZI RODZINNYCH



Mgr Joanna Wieczorek-Orlikowska – DOKTORANTKA UKW BYDGOSZCZ

W 2014 r. ukończyła studia II stopnia na Uniwersytecie Kazimierza Wielkiego (kierunek: politologia, specjalność: marketing instytucji publicznych) i uzyskała tytuł zawodowy magistra. Obecnie doktoranta w Instytucie Nauk Politycznych Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy na kierunku Nauki o Polityce. Autorka licznych publikacji naukowych, uczestniczka krajowych i międzynarodowych konferencji, a także projektów badawczych. Aktywnie działa w strukturach uniwersytetu poprzez Uczelnianą Radę Doktorantów, a także Inicjatywy Doktorantów INP. Interesuje się teoriami socjologicznymi N. Luhmanna, a także oddziaływaniem mediów na sferę polityczną i społeczną, czemu poświęca większość swoich publikacji.

Każdy z nas ma codziennie styczność z mediami – przez oglądanie telewizji, czytanie prasy, czy korzystanie z Internetu. Zwykle nie zwracamy jednak uwagi na treść przekazu, w którym epatowanie nagością i naruszanie tabu staje się coraz częstsze. Co ciekawe, granice prywatności często przekraczają zwykli internauci, umieszczając na portalach społecznościowych zdjęcia i wpisy z własnego życia. Skąd biorą się takie zachowania? I jaki ma to wpływ na młodych ludzi?

Celem niniejszego artykułu jest analiza zjawiska ekshibicjonizmu i wojeryzmu medialnego w kontekście ich oddziaływania na dzieci i ich relacje rodzinne. W trakcie badań zastosowano metodę analityczno-porównawczą z uwzględnieniem perspektywy konstruktywistycznej. Opracowanie stanowi jedynie skrypt, stanowiący podstawę do dalszych, pogłębionych badań z uwzględnieniem zarówno metod ilościowych, jak i jakościowych. Wynika to z ciągłej potrzeby studiów nad oddziaływaniem mediów, które jest zjawiskiem wieloaspektowym i dynamicznym. Warto o tym pamiętać.

Dzieci i młodzież mają współcześnie praktycznie nieograniczone możliwości korzystania ze środków masowego przekazu. Rodzice z reguły w ogóle tego kontaktu nie kontrolują i co więcej, dają na niego całkowite przyzwolenie. Czy ma to wpływ na rozwój psychiczny młodego człowieka? Jak treści pełne erotyki i przemocy wpływają na jego postrzeganie świata? I przede wszystkim, co należy zrobić, aby zapobiegać negatywnym tendencjom z tym związanym?

RAMY POJĘCIOWE

Media mają ogromny wpływ na człowieka - pełnią funkcje informacyjne, rozrywkowe, ale także edukacyjne. Mogą więc przynosić ogromne korzyści dla osobistego rozwoju. Niestety, najczęściej odbiorcy nastawieni są prawie wyłącznie na aspekt rozrywkowy, co powoduje w dużej mierze „spłylenie” przekazu i ujednolicenie go, aby przystawał do szerokiej publiczności. Wraz z nastawieniem na proste, nieskomplikowane gatunki, pojawiły się w środkach masowego przekazu charakterystyczne zjawiska, które

w krótkim czasie całkowicie je zdominowały: ekshibicjonizm i wojeryzm medialny. Ich oddziaływanie na masy doprowadziło do powstania swoistej kultury obrazu, nastawionej na wszystko to, co bawi i szokuje. Należy więc bliżej przyjrzeć się tym pojęciom, aby określić skalę ich wpływu na najmłodszych odbiorców, a także ich relacje z rodziną. Ekshibicjonizm medialny to zjawisko trudne do zdefiniowania. Jest to specyficzne zachowanie, polegające na upublicznianiu nagości, bądź elementów prywatnego życia, aby zdobyć popularność. Coraz większe zainteresowanie ze strony masowej publiczności spowodowało pojawienie się takich gatunków, jak reality show, czy talk show, a także seriali paradokumentalnych. Gwałtowny rozwój kultury konsumpcyjnej doprowadził do sytuacji, w której dla zdobycia odbiorców należy pokazać to, co dawniej było skrywane¹. Należy przy tym jednocześnie pamiętać, że osoby występujące w mediach obnażają się nie tylko w sensie fizycznym, ale także psychicznym. Odmianą tego pojęcia jest ekskribicjonizm, czyli zjawisko tworzenia i prowadzenia blogów w sieci, pełniących funkcję pamiętnika².

Dlaczego niektóre osoby chcą być pokazywane w mediach? Kieruje nimi przede wszystkim potrzeba sukcesu i chęć bycia sławnym. Media dają możliwość szybkiej kariery, wyrwania się z anonimowości. Intymne cechy życia stały się atrakcyjnym towarem, w wyniku chęci oglądania autentycznych rzeczy³. Człowiek pragnie w mediach znaleźć własne potrzeby i zainteresowania, móc się z nimi identyfikować. Natura narcystyczna powoduje u niektórych chęć eksponowania siebie w mediach, zapewnienia popularności. Istnieje więc ścisły związek między widzem, a osobą oglądaną⁴.

Z ekshibicjonizmem medialnym ściśle związane jest zjawisko wojeryzmu (tzw. podglądactwo), które dotyczy praktycznie każdego widza, czy czytelnika prasy. Jego istotą jest obserwacja rzeczywistości kreowanej przez media i wzmacnianie relacji z odbiorcą, który ma poczucie kontroli przedstawianych zdarzeń⁵. W polskiej nauce niestety niewiele badaczy podejmuje kwestię wojeryzmu, co powoduje znaczne trudności w jego zdefiniowaniu. Warto jednak zauważyć, że termin ten wywodzi się z psychoanalizy, na oznaczenie formy zaspokojenia seksualnego, poprzez podglądanie nagich osób⁶.

Już Zygmunt Freud podkreślał, że człowiek ma naturalną skłonność do obserwacji innych (z ukrycia), a wynika to z jego rozwoju psychicznego. Nic więc dziwnego, że próbuje zaspokoić tę potrzebę poprzez media. W *Encyklopedii kina* pod redakcją T. Lubelskiego występuje bardzo ciekawe stwierdzenie, że: *teoretycy filmowej szkoły psychoanalitycznej rozpoznają podstawowy mechanizm percepcji filmowej, jako voyeurystyczny, nadając tym samym erotyczny charakter przyjemnościom płynącym z oglądania filmu. Widz filmowy – voyeur jest anonimową postacią, ukrytą w ciemności i może być bezkarnym*

¹ M. Krzpiet, *Fenomen ekshibicjonizmu w telewizji*, Oficyna Wydawnicza „Impuls”, Kraków 2005, s. 143.

² O. Białek-Szwed, *Voyeuryzm medialny w kontekście współczesnej prasy w Polsce*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2012, s. 93.

³ K. Pospiszyl, *Czasy „podglądaczy” i „ekshibicjonistów”, czyli refleksje nad programem „Big Brother”* [w:] „Przełom Humanistyczny”, 2001, nr 6, s. 60.

⁴ O. Białek-Szwed, op. cit., s. 71-74.

⁵ Ibidem, s. 16.

⁶ A. Ogonowska, *Voyeuryzm telewizyjny. Między ontologią telewizji a rzeczywistością telewizora*, Wydawnictwo Naukowe Akademii Pedagogicznej, Kraków 2006, s. 26.

obserwatorem wszystkiego, co oferuje mu ekran⁷. Podobnie rzecz ujmuje znana brytyjska feministka, Laury Mulvey, pisząca o *przyjemności wynikającej z patrzenia*. Wskazuje ona, że widz w kinie jest podglądaczem, który poprzez ekran obserwuje prywatne życie innych ludzi⁸.

Co jest przyczyną ekshibicjonizmu i wojeryzmu medialnego? Zjawiska te mają swoje podłoże w naturze ludzkiej, nastawionej na kontakt z innymi. W wyniku ogromnego rozwoju technicznego, bogacenia się społeczeństw i powszechnego konsumpcjonizmu, mamy coraz mniej czasu dla bliskich. Ponieważ relacje międzyludzkie uległy znacznemu pogorszeniu, coraz częściej czujemy się samotni, pomimo życia w zbiorowości. Właśnie dlatego kierujemy swoje zainteresowanie w stronę mediów – obserwowanie bohaterów na ekranie daje nam poczucie współuczestnictwa i więzi, których nam tak brakuje na co dzień⁹. Obserwacja innych stała się tak powszechna, że na stałe wpisała się w naszą kulturę. Pojawiło się tzw. pokolenie ekranowe, w którym ze wszystkich stron jesteśmy bombardowani przez liczne obrazy i informacje. W ten sposób od najmłodszych lat w człowieku wytwarza się nawyk obserwowania innych¹⁰.

Trzeba stwierdzić, że środki masowego przekazu w znacznym stopniu zaspokoili naturalną ludzką skłonność do podglądania, z drugiej strony natomiast umożliwiły człowiekowi upublicznienie swojego wizerunku, współdzielenie swojego życia z innymi. Widz na ekranie telewizora, czy monitora odnajduje substytut przyjaciół, dokonuje identyfikacji z przedstawionymi postaciami, a często wkracza w prywatność innych osób. Można więc mówić już o nowym wymiarze komunikacji międzyludzkiej. Pytanie tylko – czy korzystnej i bezpiecznej?

PODSTAWOWE GATUNKI

W 1971 roku znany filmowiec, Craig Gilbert rozpoczął eksperymentalny projekt, który na zawsze zmienił oblicze telewizji. Program nosił nazwę „An American Family” i polegał na rejestrowaniu za pomocą kamer życia zwykłej rodziny. Sprawy przybrały jednak nieprzewidziany obrót – podczas kolejnych miesięcy nagrywania doszło do kompletnego rozłamu rodziny, za co zresztą obwiniono ekipę filmową. Mimo to pomysł przyjął się w mediach i tak właśnie powstał gatunek *reality show*¹¹.

W międzyczasie pojawiło się mnóstwo programów w podobnej konwencji, jednak prawdziwy przełom przyszedł w 1999 roku, wraz z emisją „Big Brothera” w holenderskiej telewizji. Do specjalnie wybudowanego domu wprowadziło się na sto dni dziewięciu całkowicie sobie obcych uczestników. Kamery rejestrowały każdy ich ruch, a ich jedynym łącznikiem ze światem zewnętrznym był tytułowy Wielki Brat. Program okazał się tak wielkim sukcesem, że w niedługim czasie pojawił się także w innych państwach, również w Polsce. Potem mieliśmy do czynienia z takimi propozycjami, jak

⁷ Voyeuryzm [w:] *Encyklopedia kina*, pod red. T. Lubelskiego, Kraków 2010, s. 1030.

⁸ W. Godzic, *Oglądanie i inne przyjemności kultury popularnej*, Universitas, Kraków 1996, s. 34.

⁹ M. Krzpiet, op. cit., s. 16-19.

¹⁰ O. Białek-Szwed, op. cit., s. 76-78.

¹¹ W. Godzic, *Telewizja i jej gatunki po „Wielkim Bracie”*, Universitas, Kraków 2004, s. 102-103.

„Dwa światy”, „Łysi i Blondynki”, czy „Bar”¹². Gatunek do dziś jest bardzo popularny, czego przykład stanowi nowość telewizji publicznej, czyli „Rolnik szuka żony”. Nadawcy wyszli również naprzeciw oczekiwaniom młodszych widzów, czego wyrazem jest chociażby „Masterchef Junior”.

Jakie są przyczyny popularności *reality show*? Przede wszystkim potrzeba kontaktu i więzi z innymi ludźmi. Życie w pospiechu i pogoń za karierą sprawiły, że relacje międzyludzkie stały się o wiele płytsze. Właśnie dlatego szukamy sobie substytutu przyjaciela na ekranie, kogoś takiego, jak my. Widzowie są często znudzeni oglądaniem znanych osób, wychodzących ponad przeciętność. Pragną zobaczyć kogoś zupełnie zwyczajnego. Nie bez znaczenia jest także nasza naturalna skłonność do podglądactwa, a gatunek ten świetnie ją zaspokaja¹³.

Podobne zadania spełnia *talk-show* prezentujący rozmowę prowadzącego z gośćmi. Jest to gatunek stosunkowo stary – jego początki zanotowano już pod koniec lat 40. Co ciekawe, kontrowersyjne tematy programów pojawiły się dopiero trzydzieści lat później. Sztandarowym przykładem jest tutaj „The Jerry Springer Show”, w którym głównie pojawiają się problemy zdrad, prostytucji, homoseksualizmu, czy transseksualizmu. Uczestnicy najczęściej pochodzą z niższych klas społecznych, oburzają się wulgarnymi wyzwiskami, a często także biją. W Polsce *talk-show* także zdobył sporą popularność. „Wieczór z wampirem”, „Rozmowy w toku”, czy „Kuba Wojewódzki” to tylko kilka z propozycji. Żadna jednak nie jest tak dyskusyjna, jak zagraniczne odpowiedniki. Typowe dla tego typu programów jest zacieranie granic tabu i prywatności, co budzi w widzu jeszcze większe pragnienia poznawcze. Prawda jest jednak taka, że gatunek ich kompletnie nie zaspokaja¹⁴.

W odniesieniu do ekshibicjonizmu medialnego i voyeuryzmu można mówić także o telenowelach dokumentalnych i serialach paradokumentalnych. Materią takich telenowel jest codzienność pewnej grupy ludzi, którzy żyją niezależnie od telewizji. Fragmentaryczne pokazanie ich losów, nadanie im pewnej narracji, powoduje przywiązanie widza do programu. Staje się on „świadkiem” przedstawianych wydarzeń, może się z bohaterami identyfikować i porównać doświadczenia życiowe¹⁵. Z kolei seriale paradokumentalne (np. „Dlaczego ja?”, „Ukryta prawda”) są względną nowością i dają tylko pozór rzeczywistości – są wyreżyserowane i dotyczą kontrowersyjnych tematów.

Może się wydawać, że takie gatunki jak *reality show*, czy programy paradokumentalne skierowane są dla dorosłych, nie ma więc w nich zagrożeń dla młodszych widzów. Niestety, rzeczywistość pokazuje coś zupełnie odwrotnego. Większość tego typu produkcji emitowana jest w ciągu dnia, gdy z telewizora, czy komputera korzystają dzieci i młodzież. Co więcej, część z tych programów w zamyśle skierowana jest właśnie do nich, czego przykład stanowi „Szkoła” emitowana przez TVN. Seks wśród nastolatków, spożywanie alkoholu i narkotyków są często tematami przewodnimi serialu, co zde-

¹² Ibidem, 123-124, 169, 181.

¹³ M. Krzpiet, op. cit., s. 16-21.

¹⁴ K. Łuszczek, *Nowoczesna telewizja, czyli bliskie spotkania z kulturą masową*, Maternus Media, Tychy 2004, s. 33-37.

¹⁵ A. Ogonowska, op. cit., s. 81-86.

cydowanie nie sprzyja budowaniu odpowiednich postaw i przekonań wśród młodych widzów.

Epatowanie nagością jest stałą tendencją w mediach. Najwięcej erotyki można doszukać się jednak w reklamie. Całkiem niedawno w polskich mediach znana sieć komórkowa promowała usługę „MyWallet”, gdzie nadzy ludzie chodzą po sklepie i dokonują zakupów za pomocą telefonu. W podobnej konwencji został stworzony także teledysk polskiej piosenkarki, Margaret. Nawet w celach społecznych sięga się po takie techniki – przykładem jest niemiecka kampania przeciw AIDS z 2009 roku, czy polska „Rodzic w sieci”. Dlaczego tak się dzieje? Nagość dobrze się sprzedaje. Roznegliżowane kobiety, reklamujące różne produkty, to trend występujący na całym świecie. Dobrze zrobiona reklama ma szokować, aby przyciągnąć uwagę, i zastosowanie erotyzmu świetnie się tu sprawdza.

Dlaczego ludzie decydują się w mediach na pokazywanie swojego ciała? Ponieważ taka jest moda – na oswajanie z nagością i seksem. Ci, którzy decydują się na przekroczenie granicy, mogą liczyć na poklask i zainteresowanie¹⁶. Kult ciała według pewnego stałego wzoru stał się rzeczywistością, a my staramy się mu sprostać, najczęściej zupełnie nieświadomie. Tendencjom tym ulegają coraz młodsze osoby i nie jest to zjawisko pozytywne.

Od 1989 roku w polskich mediach można zaobserwować spore tendencje wojerystyczne. Wolny, skomercjalizowany rynek narzucił ogromną konkurencję na wydawców, którzy w walce o zainteresowanie odbiorcy, odwołują się do najniższych instynktów i uczuć. Skutkiem tego procesu jest tabloidyzacja mediów. Czytelnik stale kuszony jest obrazami pełnymi erotyki i przemocy. W Polsce typowe dla tego gatunku są dwie gazety: „Super Express” i „Fakt”. Dziennikarze tego segmentu prasy zajmują się głównie aferami związanymi z celebrytami i politykami. Zdrady, rozwody, romanse, korupcja, czy nawet śmierć - wszystko, co ma znacznik sensacji, nadaje się na temat artykułu. Niestety, dotyczy to coraz większej części rynku. Prasa kobieca i młodzieżowa jest przesycona plotkami z życia gwiazd. Również tygodniki opiniotwórcze coraz częściej zajmują się kontrowersyjnymi tematami, przez co obniża się ich poziom merytoryczny. W niedalekiej przyszłości można upatrywać dalszego postępowania tego zjawiska¹⁷.

Problem ten dotyczy także prasy dziecięcej. W Polsce od lat ukazuje się czasopismo „Barbie”, skierowane do odbiorców w wieku wczesnoszkolnym. Tytułowa lalka jest w nim przedstawiana jako szczupła blondynka o idealnych rozmiarach, która dąży do tego, aby być zawsze modna i piękna. Zajmuje się więc przede wszystkim strojeniem się, udziałami w pokazach mody, randkami, czy spotkaniami z przyjaciółmi. Jak widać więc, od najmłodszych lat dziewczynkom wpaja się określony wizerunek kobiety, ale także sposób bycia. Odejście od niego kreowane jest jako niewłaściwe¹⁸.

Coraz częściej zwyczajni ludzie odkrywają swoją prywatność, publikując teksty i zdjęcia w internecie. Dużą popularnością cieszą się blogi, spełniające często funkcję

¹⁶ M. Krzpiet, op. cit., s. 146.

¹⁷ O. Białek-Szwed, op. cit., s. 50-62.

¹⁸ A. Krzyżanowska, A. Krzyżanowski, *Manipulacja seksualnością młodego człowieka przez media*, „Przegląd terapeutyczny”, 2010, nr 8, http://www.ptt-terapia.pl/wp-content/uploads/2011/06/Krzyzanowsky_A_A_Manipulacja.pdf

pamiętnika. Autorzy, chcąc zainteresować internautów, upubliczniają swoje własne sprawy i zgadzają się na ingerencję innych osób poprzez dodawanie komentarzy¹⁹. Najwięcej zachowań ekshibicjonistycznych można zauważyć jednak na portalach społecznościowych. Nigdy wcześniej tak jawnie nie upublicznialiśmy informacji o sobie. Na Facebooku mówimy o swoich zainteresowaniach, poglądach politycznych, związkach, czy nawet orientacji seksualnej. Portale społecznościowe stały się swoistym katalogiem, bazą danych, z której dowiemy się mnóstwo o konkretnej osobie. Wielu ludzi uzależniło się od udostępniania wiedzy o sobie do tego stopnia, że dzieli się w sieci praktycznie każdym spostrzeżeniem. A to stanowi już zagrożenie. Czasami nie zastanawiamy się, jakie konsekwencje może przynieść konkretny wpis. A dodatkowo tracimy kontakt z rzeczywistością²⁰. Co więcej, na portalach społecznościowych nie brakuje również dzieci, a to już stanowi spore zagrożenie.

WPLYW NA NAJMŁODSZYCH ODBIORCÓW

Współcześnie dzieci i młodzież posiadają ogromne możliwości wynikające z dostępu do mediów – wszechobecność komputerów, smartfonów, tabletów i wielu innych urządzeń sprawiła, że można mówić o nowej erze, charakteryzującej się technicyzacją życia. Zalety środków masowego przekazu są niewątpliwe – otwierają one przed ludźmi zupełnie nową płaszczyznę poznawczą, są źródłem wiedzy, ale także rozrywki. Trzeba jednak mieć na uwadze, że media są źródłem wielu zagrożeń, przede wszystkim dla najmłodszych odbiorców. Ich negatywny wpływ ma ogromne znaczenie dla psychiki dziecięcej, ale także dla relacji rodzic-potomek.

Telewizja stała się obok rodziców i nauczycieli naczelnym wychowawcą dziecka – towarzyszy mu codziennie i w dużej mierze wypełnia czas wolny. Jadwiga Izdebska wskazuje, że kontakt młodej osoby z mediami zaczyna się jeszcze przed ukończeniem pierwszego roku życia, a w wieku lat trzech jest już codzienny²¹. Potencjał wychowawczy środków masowego przekazu jest więc ogromny. Trzeba jednak mieć na uwadze także negatywne oddziaływanie telewizji, które przejawia się poprzez: problemy ze zdrowiem psychicznym i fizycznym dziecka, kryzys więzi rodzinnych, czy wyręczanie rodziców w pełnieniu obowiązków wychowawczych. Bardzo często młodzi widzowie spędzają czas przed ekranem, rezygnując z kontaktów z rówieśnikami, czy rodziną, a także z wszelkich zainteresowań²².

Jak już zostało wcześniej wykazane, media przepełnione są treściami związanymi z przemocą, seksem, czy wartościami konsumpcjonistycznymi. O wiele częściej na małym ekranie można zobaczyć sceny destrukcyjne, niż związane chociażby ze współpracą, życzliwością, czy kompromisem. Za szczególnie zagrożenie trzeba uznać przede wszystkim przekaz promujący użycie siły i okrucieństwo – może on bowiem powodować u dzieci agresywne zachowania i fałszywy obraz świata. Dodatkowo tego typu

¹⁹ Ibidem, s. 93.

²⁰ M. Świechowicz, *Na Facebooku i ty jesteś ekshibicjonistą*, <http://polska.newsweek.pl/facebook-portale-spolesznosciowe-newsweek-pl,artykuly,272346,1,2.html>.

²¹ J. Izdebska, *Dominacja mediów w środowisku wychowawczym dziecka*, „Edukacja i dialog”, 2000, nr 4, s. 31.

²² B. Kuczyńska, *Oddziaływanie telewizji na dzieci*, „Edukacja i dialog”, 2001, nr 7, s. 52.

programy często wzbudzają u najmłodszych silne przeżycia emocjonalne, co wpływa negatywnie na ich psychikę²³. Język obowiązujący w środkach masowego przekazu charakteryzuje się ubóstwem słownym, wulgaryzmami, niczym nieuzasadnionymi skrótami, a także niedbałą wymową. Nie można więc mówić o jakiegokolwiek edukacji w tej dziedzinie²⁴.

Internet stanowi prawdziwe dobrodziejstwo naszych czasów – umożliwia niezwykle szybki dostęp do informacji, znacznie ułatwia komunikację międzyludzką, zapewnia też różnorodną rozrywkę. W rękach dzieci i młodzieży może być jednak bardzo niebezpieczny – wystarczy wspomnieć tu chociażby o dostępie do pornografii, uzależnieniu od komputera, czy działalności pedofilskiej. Pomijając bardzo ograniczone kontakty z rodziną na rzecz aktywności w sieci, trzeba zwrócić uwagę na to, że młodzi ludzie przejmują stąd skrzywiony obraz świata²⁵. Kontakty damsko-męskie zostają w cyberprzestrzeni często sprowadzone do aktów czysto fizycznych, z pominięciem jakiegokolwiek sfery emocjonalnej. Dodatkowo pojawia się uczucie wyobcowania i obojętności na ludzką krzywdę. Wszystko to ma bardzo zły wpływ na proces wychowawczy dziecka.

Co więc powinni robić rodzice, aby uchronić dziecko przed licznymi zagrożeniami wynikającymi z oddziaływania mediów? Przede wszystkim mieć wpływ na przekaz, z jakim ma ono kontakt. Umiejętność selekcji treści w celu wyboru tych najlepszych pod względem wychowawczym i poznawczym jest więc niezbędna. Ważne, aby takiego wyboru dokonywać razem z dzieckiem, aby umiało samodzielnie decydować, co jest dla niego najbardziej wartościowe i interesujące. Nie można też zapominać, że rodzic swoim postępowaniem daje przykład postępowania, powinien więc zwracać uwagę na czas korzystania z mediów i wybór odpowiednich programów. Poza tym dorośli powinni uczyć najmłodszych atrakcyjnego spędzania wolnego czasu i zachęcać ich do jak największej aktywności. A jeśli już dojdzie do oglądania telewizji, to najlepiej robić to razem i po programie dyskutować o obejrzanych treściach. Stanowi to także formę codziennego kontaktu rodzinnego²⁶.

Rodzic powinien mieć bezpośredni wpływ na treści medialne, z którymi styka się dziecko na co dzień. Jak najbardziej wskazane jest więc, aby ograniczał niekorzystny wychowawczo przekaz i zabraniał kontaktu z programami epatującymi przemocą, czy erotyką. Niezwykle ważne jest, aby uczyć dzieci od jak najmłodszych lat prawidłowej organizacji dnia, w której znajdzie się czas na naukę, kontakty z rówieśnikami, rodziną, zainteresowania i dopiero wtedy rozrywkę medialną. Wpłyne to nie tylko pozytywnie na ich psychikę, ale także zdrowie. Nie należy również zapominać o szkole, która niestety najczęściej zapomina o edukacji medialnej. Nauczyciele i pedagodzy powinni wpajać uczniom, jak prawidłowo korzystać ze środków masowego przekazu i jakie tre-

²³ J. Izdebska, op. cit., s. 36.

²⁴ Cf. A. Jaroszyńska, *Wpływ mediów na kształtowanie się mody językowej wśród młodzieży*, [w:] *Media w transformacji*, pod red. A. Gralczyk, K. Marcyński, M. Przybysz, Dom Wydawniczy Elipsa, Warszawa 2013, s. 308–316.

²⁵ W. Rewizorski, *Pętla zagrożenia*, „Gazeta szkolna”, 2000, nr 31 (39), s. 15.

²⁶ T. Kadziński, *Szanse i zagrożenia wychowawcze telewizji w życiu dziecka*, „Studia nad rodziną”, 2000, nr 4/1, s. 120-121.

ści wybierać – w końcu szkoła jest jednym z najważniejszych czynników wychowujących dzieci i młodzież²⁷.

Media same w sobie nie są złe i niebezpieczne – wszystko zależy od ich wykorzystania. Odpowiednio spożytkowane mogą mieć naprawdę ogromne walory edukacyjne i wychowawcze. Wszystko zależy więc od rodziców i nauczycieli, którzy nauczą dzieci odpowiedniego korzystania ze środków masowego przekazu. Najwyższy czas to sobie uświadomić.

WNIOSKI

Zjawisko ekshibicjonizmu i voyeuryzmu to problem złożony i wymagający wielu badań. Media przekraczają wytyczone granice, a tematy tabu przestają istnieć. Czy można jeszcze w ogóle mówić o prywatności? I jaki wpływ ma to na najmłodszych odbiorców? Tak naprawdę żyjemy w rzeczywistości wykreowanej przez media. To one narzucają nam pewne wzorce wizerunkowe i sposoby postępowania. A masowy odbiorca z reguły wcale się nad tym nie zastanawia i przyjmuje je jako swoje własne i co gorsze, pozwala na to samo swoim podopiecznym.

Co należy więc robić? Przede wszystkim dekonstruować przekaz. Obnażanie się i podglądanie wcale nie muszą być obowiązującymi normami. Refleksja nad tym, co oglądamy, czy czytamy, jest jedynym rozwiązaniem. Tym bardziej, że musimy myśleć o dzieciach i młodzieży, o ich prawidłowym wychowaniu. Należy chronić młode pokolenie przed erotyką i przemocą w mediach. Oczywiście, nie można zignorować tego, że zmieniają się sposoby komunikowania. Ale można mieć na to realny wpływ. Ważne jest więc, aby nie być biernym odbiorcą i uczyć tego własne dzieci.

STRESZCZENIE

Współcześnie, gdy media są wszechobecne, a globalizacja postępuje, nie ma miejsca na prywatność. Kultura obrazu została całkowicie zdominowana przez mass media. Z czego to wynika? Ludzie lubią “podglądać” innych – wynika to z naturalnej skłonności do bycia ciekawym. Niestety, proces ten ma negatywny wpływ na najmłodszych użytkowników mediów i ich relacje rodzinne. Pojawia się więc zasadnicze pytanie: jak chronić swoje dziecko?

SUMMARY

Media exhibitionism as a danger for a child and family ties

Nowadays, when the media are omnipresent and the globalization is constantly progressing, there is no place for privacy. The image culture has entirely dominated the mass media. What is the reason for this? People like “peeking” others - our nature has an inborn tendency to be curious. Unfortunately, this process has a negative impact on the youngest users of the media and their family relationships. And there goes the question: how to protect a child?

²⁷ L. Dyczewski, *Więź rodzinna a media elektroniczne*, „Ruch prawniczy, ekonomiczny i socjologiczny”, 2005, nr 1, s. 240-241.

BIBLIOGRAFIA**I. Opracowania książkowe:**

- Białek-Szwed O., *Voyeuryzm medialny w kontekście współczesnej prasy w Polsce*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2012.
- Godzic W., *Oglądanie i inne przyjemności kultury popularnej*, Universitas, Kraków 1996.
- Godzic W., *Telewizja i jej gatunki po „Wielkim Bracie”*, Universitas, Kraków 2004.
- Gralczyk A., Marcynski K., Przybysz M. (red.), *Media w transformacji*, Dom Wydawniczy Elipsa, Warszawa 2013.
- Krzpiew M., *Fenomen ekshibicjonizmu w telewizji*, Oficyna Wydawnicza „Impuls”, Kraków 2005.
- Lubelski T. (red.), *Encyklopedia kina*, Kraków 2010, s. 1030.
- Łuszczek K., *Nowoczesna telewizja, czyli bliskie spotkania z kulturą masową*, Maternus Media, Tychy 2004.
- Ogonowska A., *Voyeuryzm telewizyjny. Między ontologią telewizji a rzeczywistością telewidza*, Wydawnictwo Naukowe Akademii Pedagogicznej, Kraków 2006.

II. Artykuły:

- Dyczewski L., *Więź rodzinna a media elektroniczne*, „Ruch prawniczy, ekonomiczny i socjologiczny”, 2005, nr 1.
- Izdebska J., *Dominacja mediów w środowisku wychowawczym dziecka*, „Edukacja i dialog”, 2000, nr 4.
- Kadziński T., *Szanse i zagrożenia wychowawcze telewizji w życiu dziecka*, „Studia nad rodziną”, 2000, nr 4/1.
- Kuczyńska B., *Oddziaływanie telewizji na dzieci*, „Edukacja i dialog”, 2001, nr 7.
- Pospiszyl K., *Czasy „podglądaczy” i „ekshibicjonistów”, czyli refleksje nad programem „Big Brother”* [w:] „Przegląd Humanistyczny”, 2001, nr 6.
- Rewizorski W., *Pętla zagrożeń*, „Gazeta szkolna”, 2000, nr 31 (39).

III. Źródła internetowe:

- Krzyżanowska A., Krzyżanowski A., *Manipulacja seksualnością młodego człowieka przez media*, „Przegląd terapeutyczny”, 2010, nr 8, http://www.ptt-terapia.pl/wp-content/uploads/2011/06/Krzyżanowscy_A_A_Manipulacja.pdf
- Święchowicz M., *Na Facebooku i ty jesteś ekshibicjonistą*, <http://polska.newsweek.pl/facebook-portale-spoecznościowe-newsweek-pl,artykuły,272346,1,2.html>.

„Gdy mężczyzna wreszcie zaczyna rozumieć, że jego ojciec miał rację, zwykle ma już własnego syna, który uważa, że jego ojciec się ciągle myli”

(Charles Wadsworth)