

5.

Témakör: Kommunikáció

Tétel: A televízió hatása a nyelvre és a gondolkodásra

A televízió hatása a nyelvre és a gondolkodásra

A médiumoknak óriási szerepük van az adott társadalom gondolkodásmódjának, kulturális fokának, ízlésének stb. kialakításában. A média hatalom. Aki birtokolja, annak a ma létező leghatásosabb fegyver van a kezében a tömeg gondolkodásának befolyásolására.

A ma legelterjedtebb médium a tv, amely különböző, fejlett jelrendszereket képes kombinálni, és amennyiben ezeket helyesen alkalmazza, a valóság mélyebb összefüggéseit képes ábrázolni. Ezek a jelrendszerek a kép, a hang, és az emberi beszéd.

Két alapvető célja a szórakoztatás és az informálás. Az esti családi televíziózás kikapcsolódás, de a közös (?) szórakozást és **az információ-felvételt nem minden esetben követi az értékelő beszélgetés**, csak ha a gyermek és a felnőtt egyaránt elhelyezi a látottakat a saját tapasztalatainak, ismereteinek, világképeinek, értékeinek rendszerében.

Visszafejlődő szükségletünket szolgálják bizonyos műsортípusok, így például egyes szappanoperák. A tiszta, átlátható, sarkosított (fekete-fehér) viszonyokra irányuló emberi igényt elégítik ki. Egy másik, jelenlévő igény **az unalom elűzése**, az (ál)izgalmas keresése a televízió segítségével. Kezünkben a távirányítóval magunk szabályozhatjuk izgalmi szintünket más adóra kapcsolással, vagy a készülék kikapcsolásával.

Ma már ismert jelenség **a háttér-televíziózás** is, amely a függőség kialakulásának kezdetét jelzi, mivel ebben az esetben a címzett nem az információra kíváncsi, hanem egy értelmes lény jelenlétét feltételezve, emberi kapcsolat hiányában, **pótlékként** kapcsolja be a tv-t.

A közvélemény-kutatások szerint **az emberi információszerzés fő forrása a tv**, ami megint csak a felelősség kérdését veti fel a műsorkészítők oldaláról. Egyúttal ez a médium alapvető kultúrateremtő és kultúráközvetítő tényező is. A tv nem azt szabja meg, hogy az emberek mit gondoljanak, hanem, hogy miről gondolkozzanak.

A médiakutatók már régen kimondták **a kereskedelmi médiára** vonatkozó alaptörvényszerűséget: „A médiában a rossz kiszorítja a jót, az értéktelen az értéket”.

A média mérnöki pontossággal és kiszámítottsággal dolgozik. Gyakorlatilag egyetlen mértékegységgé vált a hatás, a hatás pedig a percekre lebontott hallgatottsággal, nézettséggel mérhető. Ha abszolút értéknek tekintjük **a tömeghatást**, akkor a médiában csak bizonyos témák, műfajok maradhatnak fenn. Ilyenek a szórakoztató és kuriózumokat bemutató hírek, tudósítások, riportok, általában a show-műsorok, vetélkedők, a tömegfilmek, a legnagyobb tömeget érdeklő sportközvetítések, könnyűzenei műfajok. Bevált módszer, hogy a mai kereskedelmi médiában minden csak **szórakoztatásként** adható elő. Ezért kötelezően nevetgélnek a műsorvezetők sokszor még tragikus, és együttérzést, szánalmat keltő események kapcsán is. Ezzel a kifinomult fogással nagy hallgatottságot, nézettséget, sőt tetszést (!) lehet elérni, ám egyszersmind egy könnyű, **felszínes, leegyszerűsített világképet** sugallnak. Az ezt befogadó ember azután könnyűszerrel válik politikai vagy gazdasági alattvalóvá.

Közben a médiából **kiszorúlnak fontos témák, műfajok, az igényes művészet megértésére szolgáló eszközök.** Természetesen az szorul ki, ami piaci szempontból nem eladható.

A média, de különösen a most szerveződő **új média általában a kommunikációs kultúrára, de a nyelvre is nagy hatással van.** A tömegszórakoztató műfajokban megjelenő **beszédmód, kérdés-feleletek, lecsupaszított közlések, magyartalan fordítások, stílustalanságok, általában a mindennel kapcsolatban kötelezően humorizáló társalgás mintaként hat a nyelvhasználatra, a kommunikációs kultúrára.** Egy generáció nemcsak az információit, hanem **nyelvi magatartásmintáit a médiából szerzi.**

Nem tudjuk hogyan és miként, de ez a folyamat át fogja formálni a kommunikációt és a nyelveket is. Már **most is beszélünk egy újfajta nyelvi minőségről**. A történelemben a beszédet követte az írás, s most mintha **az élőbeszédhez visszatérő kommunikációs formával** találkozánk. Ma még írunk, de az új eszközökön sokszor úgy írunk, mintha beszélénk (levélbeszéd, internetes csevegés), a távirati tömörségű SMS pedig sok élőszóbeli megnyilvánulást is jellemez. Új nyelvi hatások, **változások indultak el, amelyek új nyelvi, gondolkodási minőséget hoznak létre**. Ma még csak azt látjuk, hogy az írásbeliségben megjelenik az élőbeszédre jellemző lazaság, szlenges írásmód jön létre, de holnap talán már a tovább okosított programok fogják leírni szövegeinket, és a mások szövegét eredeti hangon fogják előadni...

Feleletterv:

Bevezetés: röviden a fenti tanulmány tartalma:

A tévé a tömegkommunikáció egyik hatásos eszköze. Közvetett kommunikáció közvetítésére alkalmas. Alapvető különbség a közvetlen kommunikációval szemben, hogy itt nincs azonnali visszajelzés, a kommunikáció egyoldalú.

A tévé káros hatásai:

- Az üzenet nem konkrét személynek szól, így személytelenné válik a kommunikáció.
- A feladó és címzett közé beékelődik a kommunikátor (újságíró, riporter), akinek személyes látásmódja manipulálhatja a címzettet.
- A valóság szelektált változata jut el a nézőhöz.
- Leszokhatunk a gondolkodásról, mert a műsorok nézése nem ösztönöz gondolkodásra.
- A kommunikáció hagyományos formáit elhanyagoljuk (nem beszélgetünk).
- Nem olvasunk.
- Elveszíthetjük kapcsolatunkat a valósággal.

DE: haszna is lehet a televíziónak:

— A megfelelő csatornákat, műsorokat nézve művelődhetünk, ismereteket szerezhethetünk (pl. Spektrum, National Geographic, ismeretterjesztő műsorok, Mindentudás Egyeteme, színházi közvetítések stb.).

— Naprakész információkhoz juthatunk (pl. árvízveszély).

— A nyelv művelő műsorok, kvízzjátékok a nyelvi ismereteket is terjesztik.

— Kinyílnak előttünk a világ: távoli tájak, népek megismerése (utazni nem mindenki tud).

Nem kötelező a televíziót nézni, mindenki maga dönti el, hogy nézi-e, szelektálni is lehet.

A televízió hasznos, ugyanakkor ártó hatása is van. Fontos, hogy megtaláljuk az egyensúlyt, ne legyünk a tévé rabjai.