

Klub fan scan Zabierz dzieci na wakacje!

DZIECI TYLKO 599 zł
ilość miejsc ograniczona
2 tyg. All Inclusive

Razem z rodziną, daleko od codziennych spraw a blisko siebie, bez troski i rozeźmiani. Niezapomniane, wspólne chwile przeżyjecie w klubach FanScan. Rodzice aktywnie spędzą tu czas w trakcie animacji. A na dzieci czeka zabawa w **Krainie Przygód Skanbo** pod opieką polskich animatorów.

Już 13 hoteli klubowych FanScan: Kreta, Rodos, Korfu, Tunezja, Djerba, Turcja, Majorka, Gran Canaria

rodzina 2+2 od 4590 zł

Club Venus
All inclusive
2 dzieci do 5 lat po 599 zł.

Royal Belvedere
All inclusive
dziecko do 14 lat 599 zł.

Insotel Club Es Vinet
All inclusive
dziecko do 14 lat 599 zł.

ScanHoliday

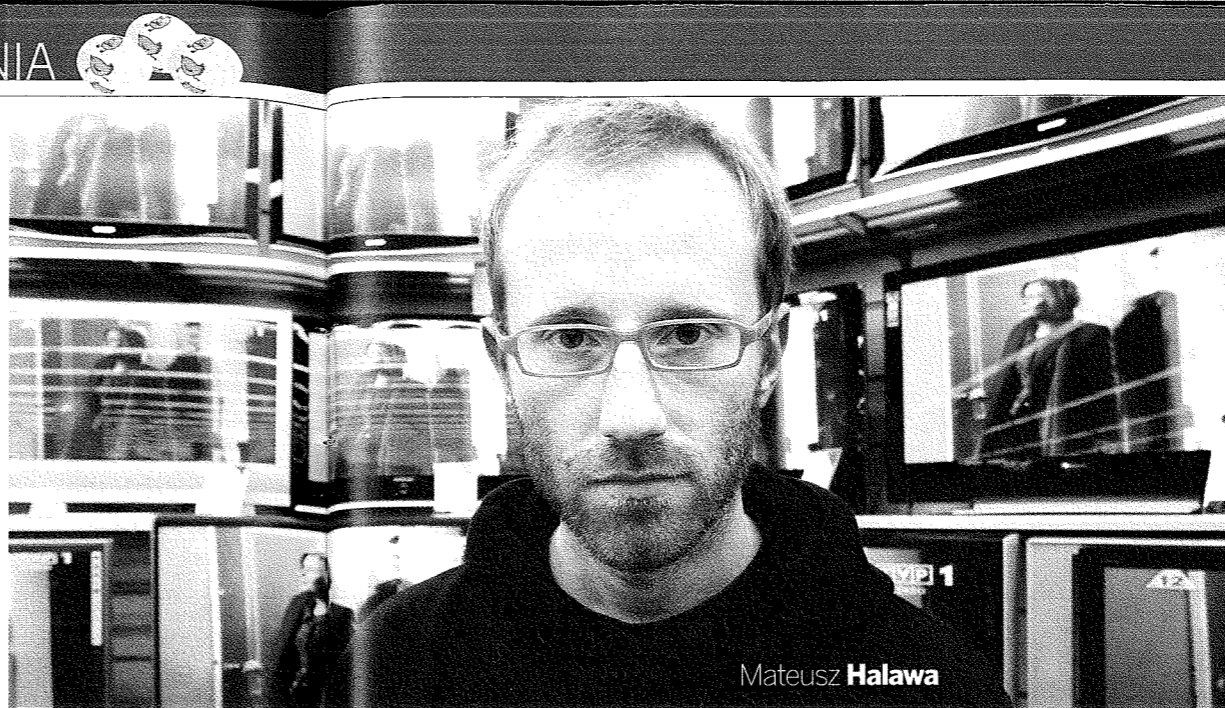
REZERWACJA 7 DNI W TYGODNIU
0801 801 802
Call Center pon.-pt. 9.00-18.00 sob.-niedz. 9.00-14.00 (koszt 35 gr.)
www.scanholiday.pl

Salony sprzedaży Scan Holiday: Białystok ul. Św. Rocha 10/3, tel. 085 744 61 22 Bydgoszcz ul. Piłsneckiego 12, tel. 052 349 52 31 Gdansk ul. Podmlyńska 1/5a, tel. 058 320 24 01 Katowice ul. Pochowa 16, tel. 032 253 79 24 Kielce ul. Podobrowickiego 29A/1, tel. 041 345 54 96 Kraków ul. Karłowicza 12, tel. 012 422 96 51 Lublin ul. Czachowska 42, tel. 081 532 09 29 Łódź Al. Kosciuszki 74/78, tel. 042 636 72 10 Olsztyn ul. Dąbrowszczaków 19, tel. 089 527 37 78 Poznań ul. Podgórna 8, tel. 061 855 77 77; ul. Palczna 13, tel. 061 664 30 24; ul. Powstańców Wlkp. 128, tel. 061 853 80 65 Szczecin ul. Ks. Bogusława X 12/2, tel. 091 489 15 54 Toruń Most Północny 3, tel. 056 652 13 58 Warszawa Al. Jana Pawła II 49, tel. 022 831 83 20; Al. Jerozolimskie 55, tel. 022 627 08 91; ul. Gracowska 128, tel. 022 610 82 30; ul. Powstańców Śl. 124 paw. 199, tel. 022 634 17 89; ul. Roentgena 45, tel. 022 644 95 45; ul. Żelazna 27, tel. 022 409 10 10 Wrocław ul. Reja 4, tel. 054 411 37 05 Wrocław ul. Świdnicka 34, tel. 071 372 56 36 Zielona Góra Pl. Pochowy 16, tel. 068 324 74 10 Last Minute Center Warszawa Lotnisko Okęcie, tel. 022 650 25 96 oraz wszystkie biura ze znakami Scan Holiday w Polsce.

ROZMOWA 6-12 KWIETNIA

To nie jest tak, że oglądający opery mydlane to ogłupione istoty zajmujące się cudzymi sprawami

To nie jest życie...



Mateusz Halawa

ale na innych, o tak, wielki. Był na przykład taki chłopiec, który uwierzył, że jest Batmanem". Znalazłem to nawet w jakimś pani wywiadzie.

No tak. Mężczyźni, z którymi rozmawiałem, mówili: „Ja to nie, ale żona

myli te seriale z rzeczywistością”. A żona: „Ja to nie, ale o syna się boję”. To nieprawda, że ludzie oglądają seriale, żeby żyć w innej rzeczywistości, cudzym życiem. Szukają tam czegoś, co odpowiada ich emocjonalności. Bo przecież, o ile można jeszcze pomylić z realnym światem rze-

czywistość „Klanu”, to nie da się tego zrobić z mającą ogromną oglądalność „Modą na sukces”, której akcja toczy się wśród amerykańskiej klasy wyższej. Jedna emerytka powiedziała mi tak: „Ja wiem, że to nie jest życie, że to jest w USA, że to wymyślają scenarzyści. Ale to jest o rodzi-

nie, tam kobieta ma chore dziecko i jest mężczyzna, który jest sam”. Każdy widz przekłada to na swój świat – tam jest Boston i bogacze, a tu Łódź i emeryci, ale jest coś wspólnego. Holenderska badaczka mediów Ien Eng nazywa to „realizmem emocji” w operach mydlanych.

10, 15 lat temu dzieci nazywano Isaurami i Alexis, meble – carringtonami. A teraz ten wpływ telewizji wydaje się mniej jaskrawy. Może tyle tylko, że Polacy zaczęli ostatnio masowo uczyć się tańca...

Na pewno wpływ telewizji na nasze życie zmienia się tak, jak zmienia się sposób korzystania z niej. W latach 50. nadawano program przez kilka godzin w tygodniu, w bloku był jeden telewizor i cała rodzina wraz z sąsiadami zbierała się przed odbornikiem. Obecna powszechność telewizorów i wybór kanałów telewizyjnych sprawia, że widz stał się bardziej zblazowany, a oferta – bardziej wyrafinowana. Coraz trudniej widza zaskoczyć, skupić jego uwagę. Ale nie

sądzą, żeby ten wpływ się zmniejszył. Wiedzieliby o tym reklamodawcy, którzy wciąż wykupują czas w TV, i politycy zmieniający prezesów Telewizji Polskiej.

Ala czy dziś ktoś prosi fryzjerkę o fryzurę à la Loska?

Być może nie, ale to wynika z tego, że nastąpiła fragmentaryzacja. Isaura była doświadczonym wspólnym, nawet jeśli nie każdy ją oglądał, to każdy wiedział, o czym mowa. Łątwo o takie wspólne doświadc-

Widzowie mylą rzeczywistość telewizyjną z prawdziwą

czenie, kiedy są dwa kanały telewizyjne, trudniej, gdy jest ich wiele. Teraz pewnie jeden chce fryzurę na Michała Wiśniewskiego, a inny na Kubę Wojewódzkiego. Bo i wybór jest większy, i celebrities bardziej różnicowane. ■

ROZMAWIĄŁA
JOANNA SOKOLIŃSKA

ROZMOWA Z
MATEUZEM HALAWĄ

JOANNA SOKOLIŃSKA: Zastanawiał się Pan kiedyś, co się dzieje z Isaurami?

MATEUZ HALAWA, socjolog ze Szkoły Wyższej Psychologii Społecznej, autor książki „Życie codzienne z telewizorem”: Z Isaurami nie, ale co z Alexis – tak. W jednym z reportaży Mariusza Szczygła znalazłem informację o Alexis Guzik – dziewczynce ochrzczonej tak w Matogoszcy. Próbowaliśmy ją odszukać, ale mi się nie udało. Tożsamościowo to jedna z ważniejszych rzeczy, jakie można zrobić – nadać dziecku imię, ono przecież w wyraźny sposób człowieka naznacza.

Alexis Guzik jest więc dowodem na to, jak bardzo telewizja wpływa na nasze życie.

Byłbym ostrożny, przywołując takie przykłady. To, że na parkingu supermarketu ktoś się przeżegnał na widok aktora, który „umarł” we wczor-

szym odcinku, wydaje się efektywnym przykładem tego, że widzowie mylą rzeczywistość telewizyjną z prawdziwą. Ale to tylko wycinek prawdy. Jasne, że do dziś w Polsce stoją domy zbudowane na wzór rezydencji Carringtonów. Ale „Dynastia” oglądały miliony ludzi, a te domy postawili nieliczni. To nie jest tak, że kobiety (i mężczyźni) oglądające opery mydlane to ogłupione istoty

Isaura była doświadczeniem wspólnym, nawet jeśli nie każdy ją oglądał, to każdy wiedział, o czym mowa

żyjące cudzym życiem. Na pewno telewizja wpływa na ich życie, ale subtelniej.

Jak?

Na przykład pod wpływem serialu może się pojawić refleksja nad własnym związkim, nad sposobem komunikowania z innymi. Można też przyjmować z telewizji negatywne wzory,

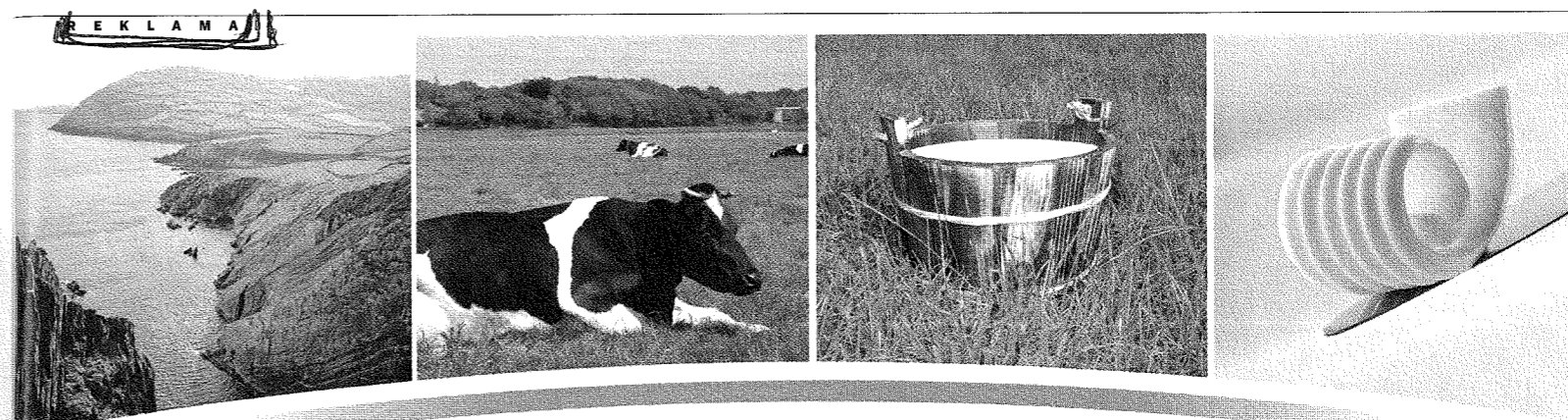
na przykład powszechny pogląd, że w Polsce jest coraz niebezpieczniej. Ludzie wnoszą to przekonanie z telewizji. **Skąd Pan to wie?** Na przykład kobieta ze wsi na opolszczyźnie mówiła mi w jednym z wywiadów, że nigdy nie zamykała drzwi do domu. Aż obejrzała z córką program „997” i uznała, że jednak na świecie nie jest tak bezpiecznie, jak sądziła. I już zamyka. Zna Pani historię chłopca Batmana albo chłopca Matysza?

Chłopczyk zginął, bo wyskoczył z okna, wierząc, że umie latać jak Batman.

Właśnie. Ta historia funkcjonuje jak mit, jest powszechnie opowiadana jako przykład złego wpływu telewizji. Kiedy prowadziłem badania, często mi ją opowiadano. Nam się wydało, że ta historia mówi o telewizji, a ona mówi o nas.

Nie rozumiem.

W psychologii to się nazywa „efekt trzeciej osoby”. Pytam panią, czy telewizja ma na panią duży wpływ, a pani odpowiada: „Nie, na mnie nie,



100% MASŁA W MASLE

Jedynie masło prosto z Irlandii.

W Irlandii wszystko jest na 100% – poczynając od pastwisk gdzie trawa jest najbardziej zielona na świecie, poprzez mleko od naszych krów, które na pastwiskach spędzają największą ilość dni w roku, kończąc na stuprocentowo naturalnym masle.

Właśnie dlatego złociste **masło Kerrygold** zaraz po wyjęciu z lodówki jest miękkie i łatwo daje się rozsmarowywać. Spróbuj jak smakuje w 100% irlandzkie masło. **Masło Kerrygold.**



www.kerrygold.com

K A L E N D A R