



EDUKACJA I WYCHOWANIE W ŚRODKACH MASOWEGO PRZEKAZU¹

Aby nakreślić problem sformułowany w tytule referatu, trzeba najpierw przyjąć adekwatne określenie wychowania i edukacji oraz zdać sobie sprawę ze sposobu oddziaływania środków przekazu w tym zakresie. Dopiero po tych wstępnych niejako ustaleniach można pokusić się o scharakteryzowanie wychowawczego i edukacyjnego oddziaływania mediów, a więc odpowiedzieć na pytanie na czym ono polega, w jakich warunkach spełnia wychowawczą bądź edukacyjną rolę, a kiedy tej roli na pewno sprzeniewierza się.

I. Określenie wychowania i edukacji oraz sposobu wychowawczego i edukacyjnego oddziaływania środków przekazu

W klasycznej pedagogice kształcenie lub edukacja należą do wychowywania, stanowiąc jeden z jego elementów. Czym jest kształcenie i wychowanie najlepiej widać poprzez ich skutki. Skutkiem wychowania bowiem jest umiejętność wyboru przez człowieka właściwego przedmiotu, w jakimkolwiek zresztą zakresie ludzkiej aktywności. Waler odpowiedniości w języku pedagogiki i filozofii klasycznej mają po prostu prawda i dobro. Można powiedzieć więc krócej, że skutkiem kształcenia jest sprawność wyboru prawdy i dobra. Wychowanie - z kolei - skutkuje umiejętnością trwania przy wybranym przedmiocie. Innymi słowy, skutek wychowania stanowi wierność prawdzie i dobru.

Przy takim ujęciu kształcenia i wychowania, dotyczy ono w równym stopniu trzech sfer osobowości człowieka, mianowicie uczuć, intelektu i woli.

Środki masowego przekazu dysponują dużym, lecz nie nieograniczonym wpływem na człowieka. Wpływ ten charakteryzuje przede wszystkim zasadniczo jednostronny przepływ informacji oraz to, że ów przepływ dotyczy tylko informacji. Media ze swej strony nie są w stanie podjąć ani

¹ **PIERWODRUK: Człowiek i media. Materiały z konferencji pt. "Stan i perspektywy mediów elektronicznych w Polsce" pod redakcją Pawła Bromskiego, Warszawa 2001, s. 33 - 39.**

pełnych działań wychowawczych, ani nawet edukacyjnych, gdyż te wymagają takiej interaktywności, jakiej media nie są w stanie nawiązać.

Z tego faktu wyprowadzane są niekiedy zastrzeżenia co do wychowawczej roli mediów w ogóle. Często podnosi się tezę, że same informacje nie wychowują oraz zwraca się uwagę, że odbiorcami mediów są ludzie już ukształtowani przez rodzinę bądź szkołę. Powszechnie jednak znane obserwacje falsyfikują tę opinię. Coraz częściej słyszymy bowiem o uzasadnianiu konkretnych postaw moralnych, a nawet pojedynczych czynów, informacjami podawanymi przez środki przekazu. Potwierdza to scharakteryzowany tu sposób oddziaływania mediów: wpływ poprzez informację. Wiedza bowiem nie stanowi wystarczającego warunku ludzkich działań - jest jednak ich warunkiem koniecznym.

II. Edukacja w środkach masowego przekazu

Zgodnie z zaproponowanym rozumieniem kształcenia i wychowania spróbujmy zobaczyć, jak mogłoby się ono realizować w środkach masowego przekazu.

1) Kształcenie uczuć polega na wyrobieniu w nich wrażliwości na piękno. Skutkiem kształcenia uczuć i emocji jest więc swoisty smak estetyczny, który owocuje pewnym łańcem uczuć i wprost zharmonizowaniem całej osobowości człowieka. To o tym aspekcie wykształcenia pisał Z. Herbert w pięknym wierszu dedykowanym prof. Izydorze Dąbskiej: "nasza odmowa, niezgoda i upór ... w gruncie rzeczy była to sprawa smaku".

Ta forma kształcenia jest bodaj najczęściej spotykana w środkach masowego przekazu, jako tzw. kultura wysoka (w odróżnieniu od kultury "niskiej", czyli tzw. kultury masowej, zwanej często "pop-kulturą"). Tę wysoką kulturę promują niektóre stacje radiowe, na czele z radiową Dwójką. Podejmowanie podobnego wyzwania przez drugi program telewizji publicznej spełza jedynie na promocji kulturalnej rozrywki w postaci np. kabaretu, ambitniejszej piosenki lub transmisji popularnych koncertów muzyki klasycznej. Spotykamy ponadto czasopisma kulturalne, choć większość z nich raczej wiąże się z literaturą niż ze sztukami pięknymi. Częściej zresztą te czasopisma kierowane są do specjalistów niż koneserów sztuki; raczej też nie ma pozycji popularyzatorskich, poza może "wkładkami" najpopularniejszych dzienników.

Czy jednak walor edukacyjny zakresie spełniają tzw. rozgłośnie młodzieżowe, rozbrzmiewające prymitywnym "łomotem"² i pisma erotyczne z nachalnie reklamowanym "światowym" Playboyem na czele³. Raczej nie. Jakże zatem należy przyjąć kryterium, które pozwoliłoby odróżnić promocję kultury od schlebienia niezbyt wybrednym gustom? Kryterium to jest oczywiście bardzo proste i polega na zwyczajnym odróżnianiu kultury od jej braku. Oczywiście niedogodnością tego kryterium jest fakt, że aby je stosować trzeba być samemu człowiekiem kulturalnym.

²To określenie tzw. muzyki młodzieżowej wymyślił A. Bloch.

³Argumentu o "światowym" charakterze Playboya użył dyrektor programu pierwszego Polskiego Radia Andrzej Turski broniąc reklamy Playboya w radiowej Jedynce, emitowanej tuż przed hejnałem, czyli ok. godz. 11.55.

2) Kształcenie intelektu odbywa się dwutorowo. Intelekt zwany możliwościovym kształci się przez poznawczy kontakt z realnie istniejącymi bytami jednostkowymi. Tego kontaktu z realnymi drzewami doznajemy w lesie, nigdy zaś stojąc przed najdoskonalszą nawet fototapetą. Intelekt możliwościovowy więc niewiele może zyskać na kontakcie z mediami. Co innego intelekt zwany czynnym. Ten kształtowany jest wprost przez kontakt z kulturą. Według znawców tematu, najlepszego materiału do kształcenia intelektu czynnego dostarcza nauka języka i literatury ojczystej, historii, języków - szczególnie klasycznych. W tym więc zakresie jest miejsce na tzw. media edukacyjne. Nie ma ich w Polsce za wiele. Poza Polskim Radiem "Bis", które w całości poświęcone jest popularyzacji nauki i wiedzy z różnych dziedzin, i stanowi wzorcowy model medium edukacyjnego, można tylko wymienić pasmo edukacyjne w telewizji publicznej oraz programy Telewizji Niepokalanów i niektórych rozgłośni katolickich.

Niepokojącym zjawiskiem jest to, iż pisma młodzieżowe, spełniające dawniej (lepiej lub gorzej) rolę popularyzatorską dla nauki i kultury, skomercjalizowały się i co najwyżej proponują swym czytelnikom wątpliwej jakości poradnictwo, np. "jak zdobyć pewnego chłopaka z klasy"⁴.

Poradnictwo w ogóle jest edukacją w jakimś sensie, ale na swoim najniższym poziomie, dotycząc pytania "jak?" (sprawność sztuki). Mianowicie, jak coś wykonać, uzyskać, zaobserwować, załatwić. Wiedza, rozumiana jako umiejętność ludzkiego intelektu, odpowiada na pytanie "co?". Jest to już pytanie naukotwórcze i dotycząc nawet przedmiotów błahych ma walor właśnie edukacyjny. Pytanie "dlaczego?" przyzwyczajają do szukania przyczyn zjawisk i rzeczy, na czym polega istota ludzkiej inteligencji. Rozwijanie tego typu umysłowości jest edukacją *par excellence*.

Wiadomo, że człowiek z natury dąży do poznawania otaczającej go rzeczywistości. Jednakże może na jej temat zdobywać wiedzę prawdziwą - taką, która dotyczy przyczyn rzeczy i samych rzeczy. Ta odpowiedzialna wiedza, posiadająca walor naukowości, osiągnięta jest dzięki zapałowi poznawczemu i pilności. Zdobywane przez nas wiadomości mogą jednak dotyczyć czegoś, co nie jest istotne lub nawet tego, czym nie musimy - z moralnego punktu widzenia - a nawet nie powinniśmy się interesować, jak np. intymne sprawy bliźnich. Skłonność do "zdobywania" informacji nieistotnych lub nieważnych, jakiś plotek, sensacji, zwykłych bzdur stanowi pospolitą ludzką wadę, którą już starożytni określali jako ciekawstwo. Jednakże spora część mediów schlebia właśnie tej brzydkiej ludzkiej wadzie.

3) Kształcenie woli to uczenie ją wyboru dobra. Dokonuje się to przez ukazywanie zasad moralnych i ilustrowanie ich stosowania w konkretnych sytuacjach życiowych ludzi. Takie działanie ma wiele wspólnego z tak niemodnym dziś moralizatorstwem. Moralizatorstwo to jednak stanowi najważniejszy sposób kształcenia woli. Może ono być - tak jak wszystko - robione dobrze lub źle. Wydaje się, że dzisiaj to trudne i niewdzięczne zadanie podejmują jedynie media katolickie.

⁴Dziewczyna nr 11 z listopada 2000, s. 34. W tym samym numerze na s. 14 znajdujemy radę: "Zapał jeden zimny ogień i rozrzuć dookoła siebie płatki róży. Skrop je kropelkami olejku. Zamknij oczy i intensywnie myśl o tym chłopaku. Teraz przytrzymaj jego włos tuż nad płonącym końcem zimnego ognia, aż się spali. Już wkrótce to on będzie zabiegał, by ciebie poznać..."

W tym kontekście nie można nie zauważyć, że spora część mediów w Polsce, tak komercyjnych jak i publicznych, w imię wolności, pluralizmu, tolerancji lub innych hasel (“luz”, “róbta, co chceta”) forsuje zwykłą demoralizację. Przemoc i pornografia wlewające się do domów widzów, i to w równym stopniu tych komercyjnych jak i publicznych, jest tego najjaskrawszym przykładem. Stanowi jednak wierzchołek (dziś już o charakterze rozległego płaskowyzu) piramidy, której podstawą jest budowane w ciągu wielu lat przez telewizję zakwestionowanie wartości rodziny, która jest “kuźnią” człowieczeństwa dla każdego przedstawiciela gatunku *homo sapiens*.

III. Wychowanie przez środki masowego przekazu

Wychowanie dotyczy także uczuć, intelektu i woli. Jego skutkiem jest - przypomnijmy - wierność prawdzie i dobru. I w każdym z wymienionych aspektów inaczej uzyskuje się tę wierność - jednak jedna cecha jest wspólna im wszystkim: uzyskuje się ją przez powtarzanie czynności, przez ciągle ponawiane akty wierności prawdzie i dobru, przez ciągle ponawiane nawrócenie. Powoli kształtują się w nas postacie wierności prawdzie i dobru, które nazywamy sprawiedliwością, męstwem, umiarkowaniem. Tych cnót nie wychowa w nas przekaz informacji. Przyczyna musi bowiem być proporcjonalna do powodowanego przez siebie skutku. Męstwa uczymy się od ludzi męźnych, umiarkowania od umiarkowanych, a sprawiedliwości od sprawiedliwych, a ponadto życzliwych nam i cieszących się naszym zaufaniem.

Informacje intelektu mogą nas skłaniać do cnót, mogą ukazywać wzory ludzi cnotliwych, lecz nie mogą w nas tych cnót wychować. Rola środków przekazu polega więc na skłanianiu, zachęcaniu, ukazywaniu właściwych postaw. Dzieje się to wszystko jednak w ramach edukacyjnej funkcji mediów, która pośrednio wpływa na nasze wychowanie.

* * *

Pierwszym wnioskiem tej analizy musi być postulat jak najszybszego usunięcia ze środków masowego przekazu treści demoralizujących. Można tego dokonać tylko na drodze konsensusu właścicieli massmediów lub poprzez regulacje prawne. Szczególnie istotne jest oczyszczenie z treści demoralizujących programów i pism skierowanych do dzieci i młodzieży.

Inną sprawą jest poziom poszczególnych mediów i ich zaangażowanie w zarysowaną tu wyżej szeroko pojętą edukację. W tym kontekście warto zauważyć, że źle się stało, że radio i telewizja publiczna zmuszone zostały do wyścigu z komercją na rynku reklam⁵. W wyniku tej sytuacji misja

⁵Zdaję sobie sprawę, że obydwie spółki, tj. Polskie Radio i Telewizja Polska są w dużym stopniu same sobie winne. Obydwie są bowiem pod względem organizacyjnym (i nie tylko tym) instytucjami “żywcem” przeniesionymi z poprzedniej epoki, z ogromnymi przerostami zatrudnienia, bizantyńską strukturą (każda ma po kilkudziesięciu dyrektorów), gigantyczną biurokracją i - zapewne - zbyt dużym stanem posiadania. Telewizja publiczna zatrudnia ok. 6 tys. osób. Telewizja Polsat, też wytwarzająca trzy programy - zatrudnia ok. 600 osób.

publiczna, wyznaczona tym mediom przez ustawę o radiofonii i telewizji, jest - szczególnie w odniesieniu do telewizji - zapisem pustym.

Żle się także stało, że nie dopuszczono do utworzenia kategorii nadawcy społecznego - bijąc tym przede wszystkim w rozgłosie katolickie. Media te - z założenia bezinteresowne i otwarte na moralność - mając jako tako zapewnione źródła finansowania byłyby w stanie przejąć na swe barki misję publiczną, w tym także edukację i kulturę⁶.

⁶ Aktualnie (luty 2001 r.) ponownie podjęto inicjatywę wprowadzenia kategorii nadawcy społecznego do polskiego ustawy o radiofonii i telewizji.