

## **Środki masowego przekazu w służbie edukacji**

Media elektroniczne są jednym z podstawowych narzędzi działalności człowieka. Zatem mogą tworzyć nową przestrzeń edukacyjną, w której realizuje się proces edukacji przez całe życie. Media są zdolne wywierać trwały wpływ na osobowość człowieka, w następstwie tego tworzą się postawy negatywne i pozytywne, zaś postawy kształtowane przez media stanowią jeden z najważniejszych tematów w pedagogice chrześcijańskiej. Znajomość funkcji mass mediów pozwala lepiej poznać ich skuteczność i mechanizmy, w jakich działają. Najczęściej wymieniane funkcje to: informacyjna, wychowawcza (edukacyjna) i rozrywkowa. Komputer jest nie tylko efektywnym medium dydaktycznym i sposobem komunikacji ze światem zewnętrznym.

W całej historii mediów kształtowało się wiele spojrzeń na pojęcie środków społecznego przekazu. Jak podaje T. Zasępa, „media to wszystkie środki użyte przez ludzi w komunikowaniu się między sobą i otoczeniem, w szczególności te, których zadaniem jest komunikowanie się z masami, od pisane-go słowa w magazynach począwszy, a [skończywszy] na elektronicznych czy laserowych i nagłośnieniowych systemach zaprojektowanych przez naukowców tak, by komunikować na poziomie podświadomości”<sup>1</sup>. Jest to bardzo ogólne podejście do tego problemu, oddaje jednak sens pojęcia – są to środki służące do komunikowania

masowego. Zauważmy, że istnieje istotna różnica między komunikowaniem się a środkami komunikowania. Słowo „komunikowanie” pochodzi od łacińskiego „communicare” – rozmawiać, naradzać się, konsultować z kimś drugim za pomocą znaków<sup>2</sup>. Komunikowanie jest procesem, oznaczającym świadome lub nieświadome zachowanie symboliczne. Polega ono na nawiązaniu łączności, a zatem aby można było mówić o zaistnieniu tego procesu, potrzeba przynajmniej dwóch osób, tj. nadawcy i odbiorcy oraz podstawowego składnika procesu, którym jest komunikat<sup>3</sup>.

### **1. Wieloaspektowe możliwości oddziaływania mediów na wychowanków**

F. Adamski, odpowiadając na pytanie o siłę oddziaływania mediów na człowieka, stwierdza, że „początkowo dominowało dość naiwne przekonanie o wszechpotężnym oddziaływaniu prasy, radia i filmu, i to niezależnie od tego czy miały to być wpływy dobroczynne (zwalczanie przestępstw, oddziaływania wychowawcze), czy też zgubne (ideologiczna indoktrynacja, upowszechnianie sprzecznych z moralnością modeli i wzorów zachowań)”<sup>4</sup>. Nawiązując do tego stwierdzenia, przytacza zdanie J.T. Klappera: „Stary aforyzm mówiący, że siła pióra jest większa od siły miecza, został

<sup>1</sup> T. Zasępa, *Media. Człowiek. Społeczeństwo*, Gdańsk 2000, s. 257-258.

<sup>2</sup> Zob. T. Goban-Klas, *Komunikowanie masowe w nowoczesnym społeczeństwie*, Warszawa-Kraków 1973, s. 5.

<sup>3</sup> Zob. tamże, s. 13.

<sup>4</sup> F. Adamski, *Czy i jak media oddziałują*, w: *Media w wychowaniu chrześcijańskim*, Wydawnictwo KUL, red. D. Biś, A. Rynio, Lublin 2010, s. 71.

uwspółcześiony przez obserwatorów życia społecznego, którzy narzekają, że środki masowego oddziaływania przewyższają swą potęgą siłę bomby atomowej<sup>5</sup>. Pogłębienie wiedzy na temat zakresu i mechanizmów oddziaływania mediów zaowocowało wysunięciem tezy o ograniczonym wpływie. Pod koniec XX wieku „upowszechnił się paradygmat tzw. negocjowanego wpływu mediów, zgodnie z którym siła wpływu mediów stanowi funkcję zakresu i stopnia, w jakim im się poddają sami odbiorcy<sup>6</sup>. Na przełomie wielu lat zauważamy wiele stanowisk, które różnie przedstawiają siłę wpływu mediów na człowieka. Większość z nich stwierdza, że „rola środków masowego oddziaływania w procesie zmiany postaw i zachowań nie podlega na bezpośrednim ich wpływie, lecz sprowadza się raczej do krystalizacji i umacniania już istniejących postaw i opinii albo ułatwiania przechodzenia od braku zdecydowania do wyraźnie jednoznacznych poglądów i decyzji<sup>7</sup>.

F. Adamski twierdzi, że w procesie bierze udział szereg czynników, tzw. warunków pośredniczących w kształtowaniu i krystalizowaniu opinii oraz umacnianiu dotychczasowych poglądów. Pierwszy z nich – predyspozycja psychiczna – wskazuje, że „bardziej podatne na masowe oddziaływanie są jednostki o mniejszym poczuciu własnej wartości, bogatszej fantazji i wyobraźni, bardziej ulegające podnieciom pochodzącym z zewnątrz<sup>8</sup>. Zaznaczono również zależność, że „ludzie mniej wykształceni są też mniej krytyczni,

a przez to bardziej sugestywni oraz bardziej podatni na jednostronne argumenty<sup>9</sup>. Oddziaływanie mediów powoduje, że odbiorcy kształtują w sobie określone opinie dotyczące wielu sytuacji i wartości życiowych<sup>10</sup>, nie zawsze pozytywnych. Wyrażony zostaje również pogląd, że „ludzie odbierają treści masowego przekazu w sposób selektywny<sup>11</sup>, co oznacza, że chętniej skłaniają się ku tym treściom, które odpowiadają ich przekonaniom i potwierdzają ich dotychczasowe stanowisko. Kolejnym z czynników pośredniczących w budowaniu opinii odbiorcy jest pozostawanie w zasięgu oddziaływania grup odniesienia. Jak dowodzą badania E. Katza i P. Lazarsfelda, „jednostkowe postawy rodzą się lub wzmacniają w małych grupach<sup>12</sup>, do których należy rodzina, przyjaciele, koledzy z pracy itp. Grupy rodzinne, przyjacielskie, koleżeńskie czy zawodowe stanowią jakby sięć międzyosobowego porozumiewania się ludzi, przez które dokonuje się wpływ stale utartymi drogami. Oddziaływanie jest wówczas bardziej efektywne dla człowieka, gdy pozwala się jej dojrzeć siebie w oczach przyjaciół.

Postawy kształtowane przez media stanowią jeden z najważniejszych tematów w pedagogice chrześcijańskiej. Postawą „nazywa się względnie trwałe, pozytywne lub negatywne ustosunkowanie się człowieka do konkretnego przedmiotu, np. osoby, idei, rzeczy, zjawiska, angażujące w nim intelekt, wolę, uczucia i aktywność<sup>13</sup>. To jak dana postawa funkcjonuje zależy

<sup>5</sup> Tamże.

<sup>6</sup> Tamże, s. 72.

<sup>7</sup> Tamże.

<sup>8</sup> Tamże, s. 73.

<sup>9</sup> Tamże.

<sup>10</sup> Tamże, s. 74.

<sup>11</sup> Tamże.

<sup>12</sup> Tamże, s. 75.

<sup>13</sup> Z. Chlewiński, *Postawy i cechy osobowości*, Lublin 1987, s. 58.

od jej cech podstawowych, czyli treści, zakresu, kierunku i trwałości<sup>14</sup>. Treścią postawy może być np. telewizja, jako forma rozrywki, środek masowego komunikowania i źródło informacji. Z zakresem postawy wiąże się określenie, czy zainteresowanie odbiorcy jest wybiórcze, czy całościowe. Kierunkiem postawy jest ustosunkowanie się do przedmiotu, czyli wykreowanie konkretnego zdania o jakimś medium lub temacie w nim prezentowanym. Cecha trwałości postawy decyduje o tym, jak długo dana postawa się utrzymuje, przypomina również, że postawy rozwijają się i doskonalą, a także słabną i przestają istnieć. Żywe zainteresowania wobec postaw wykazują wychowawcy i nauczyciele, a także duszpasterze. Kierując się dobrem ucznia i wychowanka, „podejmują oni liczne inicjatywy, aby pomóc mu w kształtowaniu postaw pozytywnych i w eliminowaniu negatywnych”<sup>15</sup>.

Media zdolne są wywierać trwałe wpływy na osobowość człowieka, w następstwie tego tworzą się postawy negatywne i pozytywne<sup>16</sup>. Do najważniejszych postaw pozytywnych kształtowanych przez media należą: postawa dialogu, postawa szerokich horyzontów i postawa tolerancji. Pierwsza z nich – postawa dialogu – jest specyficzna w oddziaływaniu mediów, które ze swej natury są dialogiczne. Instrukcja duszpasterska „*Communio et progressio*” podkreśla, że media „zmiernają do tego, aby ludzie dzięki częstym kontaktom między sobą, nabrali większego poczucia wspólnoty”<sup>17</sup>. Media,

w których funkcjonowanie szczególnie wpisana jest dialogiczność to radio, telewizja i Internet. Wymieniane są szczególnie wtedy, gdy mówimy o komunikowaniu interaktywnym, opierającym się na dwukierunkowym przepływie informacji (nadawca – odbiorca)<sup>18</sup>. Według A. Lepy, „dialogiczność mediów wyraża się m.in. w tym, że zwracają się one do swego odbiorcy w tym celu, aby wywołać w nim określone reakcje”<sup>19</sup>. Formy reakcji są bardzo szerokie – od solidarności z publikowanymi poglądami, sprzeciwu wobec nich, aż do prowokacji czy protestu. Efektem reakcji może być zwrot informacji od odbiorcy do danego medium w różnej formie (listu, telefonu, wiadomości elektronicznej), co świadczy o tym, że odbiorca środka przekazu jest z nim w permanentnym dialogu. Dialogiczność mediów Kościół może wykorzystać jako skuteczne narzędzie w prowadzeniu nowej ewangelizacji<sup>20</sup>. Postawa dialogu polega na budowaniu przez jednostkę trwałych relacji z drugim człowiekiem o charakterze partnerskim, opartych na wzajemnym zrozumieniu i szacunku wobec siebie oraz innych ludzi<sup>21</sup>. Jednym z ważnych zadań wychowawców oraz mediów będących w dyspozycji Kościoła jest dziś takie wspomaganie odbiorców środków masowego komunikowania, aby mogły one w sposób właściwy kształtować postawę dialogu. Dzięki temu będzie można zapobiec jej deformacji, a sam dialog uczynić ważnym elementem budującym wspólnotę międzyludzką. Dialog taki może

---

<sup>14</sup> Por. A. Lepa, *Media a postawy*, Łódź 2002, s. 10-13.

<sup>15</sup> Tamże, s. 16.

<sup>16</sup> Por. A. Lepa, *Pedagogika mass mediów*, Łódź 2000, s. 154-161.

<sup>17</sup> CP, 8.

<sup>18</sup> A. Lepa, *Media...*, s. 65.

<sup>19</sup> Tamże, s. 67.

<sup>20</sup> Zob. F. Plude, *Interactive Communication in the Church*, w: *The Church and Communication*, red. P. Granfield, Kansas City 1994, s. 179-195.

<sup>21</sup> Zob. B. Grutkowski, *Katolik a asertywność*, „*Studia Gdańskie*” (1998) t. XI, s. 161-174.

stać się dobrem wspólnym, z którego korzystać będą wszyscy. Dzieje się tak dlatego, ponieważ w mediach „znajduje echo i podnieętą codzienną wymianę myśli między ludźmi i w ten sposób rodzi się i utwierdza publiczny dialog całego społeczeństwa”<sup>22</sup>.

Kolejną z pozytywnych postaw jest postawa szerokich horyzontów, nazywana również postawą szerokiego patrzenia na świat. Jej przeciwieństwem jest postawa ciasnego myślenia lub intelektualnego zamknięcia się. Media, jako gigantyczne forum wymiany myśli, szerokiej dyskusji i ścierania się różnorodnych stanowisk, są „zdolne kształtować w swoich odbiorcach postawę szerokich horyzontów”<sup>23</sup>. Bogactwo wiadomości i opinii w mediach sprawia, że „cały świat uczestniczy w sprawach i trudnościach dotyczących poszczególnych jednostek, jak również całego rodzaju ludzkiego, i to w ten sposób, że powstaje wzajemne zrozumienie i życzliwość oraz powszechny postęp”<sup>24</sup>. Postawa szerokich horyzontów ujawnia się przede wszystkim w widzeniu świata i jego ważnych problemów w kontekście bieżących wydarzeń, wówczas sprawy codziennej egzystencji nie przesłaniają jednostce problemów wyższej rangi. Jednostka z taką postawą wykazuje wysoki stopień aspiracji, dzięki któremu w zdobywaniu wiedzy i sztuki szerokiego patrzenia na świat zdolna jest pokonać wieloraki przeszkody. Szerokie horyzonty oznaczają umiejętność odczytywania właściwego sensu wydarzeń i zjawisk we współczesnym świecie. Dotyczy to również znaków

czasu, odnoszących się do własnego kraju, do Kościoła i do świata. Postawa ta pozwala jednostce budować życie na właściwie skonstruowanej hierarchii wartości oraz ustrzec się opinii jednostronnych, wybiórczych i powierzchownych na temat konkretnych ludzi oraz faktów i zjawisk. Szerokie horyzonty uzewnętrzniają się w wielorakich zainteresowaniach jednostki i jej życiowych pasjach, z tym wiąże się ściśle działalność dla dobra innych, odejście od egoizmu na rzecz działalności skierowanej na drugiego człowieka. Dzięki postawie szerokich horyzontów jednostka cechuje się stałą aktywnością, która wyklucza stagnację, lenistwo i działania dorywcze i okazjonalne.<sup>25</sup> Owocem takiej postawy jest odporność na działania propagandowe, a szczególnie o charakterze manipulatorskim. W kształtowaniu postawy szerokich horyzontów „biorą udział prawie wszystkie typy programów w radio i telewizji, kontakt z Internetem i prasa drukowana”<sup>26</sup>. Postawa ta jest również wyzwaniem dla mediów katolickich, ponieważ pewne jej elementy można odnaleźć w licznych przypowieściach i metaforach Jezusa Chrystusa.<sup>27</sup>

Przez media kształtowana jest również postawa tolerancji. Dziś tolerancja „należy do słów najmodniejszych i najbardziej nośnych. Mówi się o zawrotnej karierze tego słowa w Polsce po 1989 roku”<sup>28</sup>. Wcześniej w propagandzie komunistycznej używano go na określenie stosunku do religii i Kościoła. Padały wtedy zapewnienia o tolerancji religijnej i światopoglądowej, a w nowej propagandzie

<sup>22</sup> CP, 19.

<sup>23</sup> A. Lepa, *Media...*, s. 68.

<sup>24</sup> CP, 20.

<sup>25</sup> Por. A. Lepa, *Media...*, s. 70.

<sup>26</sup> H. Kiereś, *Czy – i kiedy – media są źródłem wiedzy o świecie?*, w: *Człowiek w Kulturze*, Lublin 1999, nr 12, s. 128-140.

<sup>27</sup> Por. Mt 7,24-29; Mt 25,14-30; Łk 12,54-57; Łk 24,13-35.

<sup>28</sup> A. Lepa, *Media...*, s. 72.

tolerancja stała się jednym z głównych jej haseł<sup>29</sup>. Tolerancja jako cnota nie istnieje w słowniku katolickiej teologii moralnej, jak również w katechizmie i w działalności duszpasterskiej. Zarzuca się nowym ideologom i propagatorom tolerancji, że „minimalizują aspiracje moralne człowieka, sprowadzają je bowiem z poziomu miłości bliźniego do mało ambitnej tolerancji”<sup>30</sup>. Są takie media, które z zasady nie używają słów miłość bliźniego, natomiast w ich miejsce stosują słowo „tolerancja”. Mimo wątpliwości, trzeba podkreślić, że tolerancja należy do postaw prospołecznych i dlatego spełnia wysoce pozytywną rolę w stosunkach międzyludzkich. W imię źle pojmowanej tolerancji głosi się tezę, że „religijność swoją człowiek powinien zamknąć w sferze własnej prywatności, a więc nie powinien mówić publicznie o swojej przynależności wyznaniowej, praktykach religijnych i nie powinien dawać świadectwa swojej wiary”<sup>31</sup>. Natomiast prawdziwa postawa tolerancji wykazuje szacunek wobec każdego człowieka – również tego, który jej nie akceptuje i w sposób istotny różni się z nią w swoich poglądach i sposobie zachowania. Fundamentem tolerancji jest respektowanie podstawowych praw człowieka, jak również zachęcanie innych ludzi do ich poszanowania. Inność spotykana u ludzi nie budzi u człowieka tolerancyjnego niechęci i uprzedzeń. Przyjmuje ją jako wartość będącą składnikiem tożsamości. W postawie tolerancji „akceptuje się człowieka takim, jakim jest i wyklucza się kształtowanie go

według własnych wzorów i upodobań”<sup>32</sup>. Jednostka nie ingeruje w sprawę osobiste drugiego człowieka, ale „otwiera się szeroko i życzliwie na każdy przejaw różnorodności – w zakresie pochodzenia, religii, poglądów, mody, stylu życia czy pozycji społecznej”<sup>33</sup>. Dzięki tej postawie jednostka zdolna jest wypracować u siebie umiejętność roztropnego kompromisu, który jest niezbędny w stosunkach międzyludzkich. Media silnie kształtują postawę tolerancji, należy zaznaczyć, że postawa ta powinna być ukazywana we właściwych proporcjach, w konfrontacji z wielkodusznością i miłością bliźniego. Trzeba dbać, aby nie uległa deformacji i nie przerodziła się w liberalizm moralny czy permissywizm<sup>34</sup>.

Przeciwieństwem pozytywnych postaw, kształtowanych przez media, są postawy negatywne. A. Lepa uważa, że „o postawach negatywnych kształtowanych przez media mówi się najczęściej, również w badaniach poświęca się im najwięcej uwagi, a wychowawcy, gdy krytycznie oceniają funkcjonowanie mediów, kładą najczęściej nacisk na wpływ negatywny”<sup>35</sup>. Przez takie stawianie sprawy obraz mediów w ocenie społecznej jest w dużym stopniu zniekształcony. Najczęściej wymienia się takie skutki negatywnego oddziaływania mediów, jak: agresja, narkomania, a nawet zbrodnie seksualne, apostazja czy satanizm<sup>36</sup>. Z wielu postaw negatywnych kształtowanych przez media A. Lepa wyróżnia trzy najważniejsze: uzależnienie od mediów, konsumizm medialny oraz postawa

---

<sup>29</sup> Por. S. Giermaz, „Tolerancja” jako hasło nowej propagandy na łamach tygodnika „Wprost” w latach 1989-1995, Warszawa 1997.

<sup>30</sup> A. Lepa, *Media...*, s. 73.

<sup>31</sup> Tamże, s. 74.

<sup>32</sup> Tamże, s. 75.

<sup>33</sup> Tamże.

<sup>34</sup> Por. tamże, s. 76.

<sup>35</sup> Tamże, s. 77.

<sup>36</sup> Por. tamże, s. 78.

makiawelizmu. Pierwsza z nich – postawa uzależnienia od mediów – obejmuje w szczególności toksyczne uzależnienie od telewizji i Internetu<sup>37</sup>. Jest to postawa najbardziej zauważalna, a najbliższe otoczenie jednostki dostrzega ją w pierwszej kolejności. Funkcjonuje zazwyczaj kosztem najważniejszych obowiązków rodzinnych, szkolnych, zawodowych, a nawet religijnych. Z badań i obserwacji wynika, że „ofiara postawy uzależnienia od mediów pada najczęściej ta jednostka, która wykazuje deficyt w sferze kontaktów międzyludzkich oraz niskie poczucie własnej wartości; zdradza też pewne kompleksy spowodowane świadomością istnienia braków w urodzie, wykształceniu, w wykonywaniu zawodu itp.”<sup>38</sup> Ukształtowanie tego zjawiska ułatwiają również takie czynniki, jak: „pustka światopoglądowa, powierzchowna wiara i nikły poziom praktyk religijnych”<sup>39</sup>. Biorąc pod uwagę rozwój mediów, należy stwierdzić, że uzależnienie od nich osiągnęło niespotykaną dotąd intensywność, stanowiąc olbrzymiej wagi problem wychowawczy oraz wyzwanie dla mediów katolickich. Jednostka uzależniona od mediów wykazuje wiele symptomów takich, jak: przeznaczanie na odbiór konkretnego medium nadmiernej ilości czasu, co odbywa się kosztem jej podstawowych obowiązków; fanatyzm medialny, który czyni z niego wręcz automatycznego adoratora danego środka przekazu; powstawanie mentalności odpowiadającej danemu medium i idący za tym sposób myślenia, funkcjonowania, postępowania i budowania swoich poglądów; brak możliwości rozstania

z przedmiotem uzależnienia, nazywając je „własnym” i „niezastąpionym” oraz obcując z nim w każdym możliwym czasie swojego codziennego życia<sup>40</sup>. Postawa ta prowadzi do osłabienia wrażliwości na ludzką krzywdę i nieszczęście oraz brak krytycyzmu, a nawet infantylny wręcz sposób odbioru. Jest to poważny problem praktyki wychowawczej, jak również pedagogiki mass mediów, która te zjawiska bada i stara się opracować środki zaradcze.

Postawa konsumizmu medialnego powstaje w następstwie nieprawidłowego odbioru mediów oraz negatywnego ich wpływu na osobowość. Postawa konsumizmu medialnego prowadzi do uzależnienia od mediów. Dominują uczucia, przy wyraźnej słabości woli i niedostatecznym udziale intelektu<sup>41</sup>. Termin „konsumizm” wskazuje na konsumpcyjne traktowanie przez człowieka wartości niematerialnych. „Konsumizm medialny” zatem oznacza konsumpcyjne traktowanie mediów, pociągając za sobą znaczny stopień zniewolenia jednostki<sup>42</sup>. Postawa ta jest również konsekwencją ogromnego rozwoju mediów, które są coraz bardziej dostępne ogółowi ludzi. Symptomy, jakie jej towarzyszą to dominujący element przyjemnościowy u jednostki, a inne motywy schodzą na dalszy plan. W omawianej postawie „wybija się myślenie egoistyczne, a jednostka korzystając z mediów, ma na uwadze wyłącznie swój własny interes”<sup>43</sup>. Drugi człowiek i jego potrzeby względem mediów są ignorowane. Jednostka podczas odbioru mniej uwagi zwraca na rozumienie odbieranych treści, a więcej na ich intensywne

<sup>37</sup> Por. M. Kuczyński, *Toksyczne Media*, „Nasz Dziennik”, z dn. 06.03.2000, s. 3-5.

<sup>38</sup> A. Lepa, *Media...*, s. 79.

<sup>39</sup> Por. A. Budzik, *Internet i rzeczywistość wirtualna. Szanse i zagrożenia dla kultury*, w: *Sacrum i kultura*, red. R. Rubinkiewicz, S. Zięba, Lublin 2000, s. 307-313.

<sup>40</sup> Por. W. Godzić, *Oglądanie i inne przyjemności kultury popularnej*, Kraków 1996, s. 32-45.

<sup>41</sup> Por. M. Czarniecki, *W niewoli mediów*, Szczecin 1996, s. 22-31.

<sup>42</sup> Por. A. Lepa, *Media...*, s. 83.

<sup>43</sup> Tamże, s. 85.

przeżywanie, co skutkuje pojawieniem się chaosu treści i bezproduktywności zalegających w umyśle informacji. Paraliżując kontakty międzyludzkie, powodują zastój, a nawet regres w umysłowości, nie skłaniając do myślenia. Konsumizm medialny sprawia, że jednostka staje się całkowicie bierna w życiu społecznym i kulturalnym<sup>44</sup>.

Postawa makiawelizmu – jako ostatnia z omawianych – jest również w jakimś stopniu następstwem wpływu, jaki wywierają media na swoich odbiorców. Powszechnie znane są dwa znaczenia terminu. Pierwszy oznacza makiawelizm „jako koncepcję polityczną opartą na zasadzie celu uświęcającego środki”<sup>45</sup>, natomiast drugi – w potocznym znaczeniu – „jako postawa charakteryzująca się cynizmem, zakłamaniem, obłudą i całkowitym brakiem skrupułów w osiągnięciu zamierzonych celów”<sup>46</sup>. W języku polskim opublikowano zaledwie kilka artykułów na ten temat, które traktują problem w sensie dążności do manipulowania innymi ludźmi<sup>47</sup>. Zatem makiawelizm w stosunku do mass mediów jest to taka „postawa jednostki, w której dominuje podejmowana z rozmysłem czynność manipulowania drugim człowiekiem”<sup>48</sup>, która jest częstym zjawiskiem społecznym. Makiawelista nie interesuje się ludźmi bezinteresownie, wchodzi z nimi w kontakt, mając na uwadze własny interes. Drugi człowiek jest traktowany instrumentalnie, staje się potrzebny tylko do zrealizowania określonych celów. Makiawelizm

występuje wraz z brakiem jakiegokolwiek empatii oraz z lekceważeniem praw i oczekiwań innych ludzi. Lekceważenie prawdy, celowe narzucanie fałszywego obrazu rzeczywistości i odporność na jakąkolwiek korektę swego postępowania to typowe działania nastawione na sterowanie innymi ludźmi i wprowadzanie do ich życia zmian i nowych rozwiązań. Towarzyszy temu chytryść i przebiegłość w czynach, a stosowane metody są trudne do wychwycenia przez otoczenie.<sup>49</sup> Omawiana postawa może być w dużym stopniu następstwem niekorzystnego oddziaływania mass mediów na jednostkę. Sytuacja staje się groźna, gdy jednostka z tą postawą staje się dysponentem mediów czy propagandy. Problematyka makiawelizmu stanowi ważne zadanie dla dziennikarzy oraz publicystów w mediach katolickich<sup>50</sup>.

Wszystkie postawy kształtowane pod wpływem mediów wymagają wnikliwej analizy i uwagi ze strony osób odpowiedzialnych za edukację i wychowanie, co pozwoli na korektę postaw negatywnych oraz wzmacnianie tego, co prowadzi do prawidłowego rozwoju człowieka.

## 2. Rola mediów w edukacji szkolnej i wychowaniu

Znajomość funkcji mass mediów pozwala lepiej poznać ich skuteczność i mechanizmy, w jakich działają. Ogólnie funkcję określa się jako „rezultat danego działania”<sup>51</sup>. Trudno mówić

<sup>44</sup> Por. S. van Calster, *Czy telewizja izoluje człowieka? Konsumpcja zamiast komunikacji*, „Communio” nr 6 (1995), s. 44-53.

<sup>45</sup> A. Lepa, *Media...*, s. 87.

<sup>46</sup> Tamże.

<sup>47</sup> Por. M. Jarymowicz, *Makiawelizm – osobowość ludzi nastawionych na manipulowanie innymi, Osobowość a społeczne zachowanie się ludzi*, red. J. Reykowski, Warszawa 1980, s. 285-315.

<sup>48</sup> A. Lepa, *Pedagogika mass mediów*, Łódź 2000, s. 164.

<sup>49</sup> Por. A. Lepa, *Media...*, s. 88.

<sup>50</sup> Por. tamże, s. 89.

<sup>51</sup> J. Mikułowski-Pomorski, Z. Nęcki, *Komunikowanie skuteczne?*, Kraków 1983, s. 30.

o funkcjach mediów, ponieważ ich szybki rozwój powoduje wzajemne przenikanie się ich wpływów oraz uwarunkowań ekonomicznych, społecznych, kulturalnych i politycznych. Aby dobrze zrozumieć skuteczność mediów na polu wychowania, trzeba na nie spojrzeć w ramach trzech rodzajów funkcji: „intencjonalnej (wynikającej z zamiaru komunikatora, tj. nadawcy), funkcji nadanej (obiektywna treść komunikatu) oraz funkcji pełnionej (faktyczny sposób odbioru i reakcji recipienta)”<sup>52</sup>. Najczęściej wymieniane funkcje to: informacyjna, wychowawcza (edukacyjna) i rozrywkowa<sup>53</sup>.

Funkcja informacyjna realizuje potrzebę i prawo człowieka do informowania i bycia informowanym. Odbiorca oczekuje informacji prawdziwej i najnowszej, później pojawiają się oczekiwania odnoszące się do rozrywki i kształcenia<sup>54</sup>. Kiedy mówimy o mediach, informacja jest ukazywana zawsze jako ich funkcja zasadnicza. Przypisuje się jej dwa przeciwstawne zadania – kreację i destrukcję, w zależności od skutków i intencji, w jakich zostały przedstawione<sup>55</sup>. Wiąże się z tym postulat formowania u dzieci i młodzieży umiejętności prawidłowego korzystania z informacji. Inny problem na gruncie wychowania stanowi zjawisko „przeciążenia informacyjnego, polegające na tym, że napływ pewnej ilości informacji udaremnia jej prawidłowe przetwarzanie”<sup>56</sup>.

Obecność funkcji rozrywkowej związana jest z wpisana w psychikę człowieka potrzebą zabawy i rozrywki.

Wyznacza to edukacji nowy wymiar, a wychowawcom otwiera nowe pola do działania. Mass media należy rozpatrywać także jako instrumenty wychowania do rekreacji oraz jako środek prowadzący do budowania nowych form relaksu. Zabawa jest przygotowaniem do zadań życiowych, dlatego wykazuje doniosłe znaczenie w formowaniu osobowości. W życiu dorosłego człowieka zabawa jest kompensacją w sytuacji przeciążenia pracą oraz może być czynnikiem rozładowującym różnorakie napięcia<sup>57</sup>. Wykorzystanie mediów do zabawy jest jednym z elementów wychowania młodego człowieka.

Funkcję wychowawczą powinniśmy analizować w dwojaki sposób. Funkcja wychowawcza w znaczeniu węższym odnosi się do działalności świadomej, czyli wcześniej zaplanowanej i przeemyślanej. Na skutek takiej działalności powstają i kształtują się najważniejsze cechy osobowości młodego człowieka takie, jak: wiedza, uzdolnienia, umiejętności, postawy, motywacje, zainteresowania<sup>58</sup>. Funkcja wychowawcza w tym znaczeniu „realizowana jest np. w pedagogii szkolnej, gdzie nauczyciele posługują się w swojej pracy stosownymi mediami, a odbiór tych mediów jest przez nich odpowiednio przygotowany”<sup>59</sup>. Realizacja funkcji wychowawczej w znaczeniu szerszym przejawia się w nieplanowej działalności mass mediów. Jako przykład można podać niekontrolowany przez rodziców dostęp dziecka do mediów, o którym decyduje jego zachcianka lub kaprys. Jeżeli odbywa się to poza

<sup>52</sup> A. Lepa, *Pedagogika...*, s. 46.

<sup>53</sup> Zob. tamże.

<sup>54</sup> Zob. A. Lepa, *O prawo człowieka do informacji*, „Znak” nr 3 (1982), s. 130-137.

<sup>55</sup> Zob. M. Szulczewski, *Informacja i współdziałanie*, Warszawa 1982, s. 45-64.

<sup>56</sup> A. Lepa, *Pedagogika...*, s. 48.

<sup>57</sup> Zob. Tamże, s. 49.

<sup>58</sup> Zob. J. Izdebska, *Wychowawcze oddziaływanie środków masowego przekazu na dzieci*, „Kwartalnik Pedagogiczny” nr 3 (1981), s. 116.

<sup>59</sup> J. Koblewska, *Szkola i środki masowego oddziaływania*, Warszawa 1967, s. 128.



kontrolą, wiedzą rodziców lub ich milczącym przyzwoleniem, mogą pojawić się różnorakie zagrożenia. Ten błąd pedagogiczny może skutkować dostępem dziecka do negatywnych wzorców osobowych, elementów pornografii i przemocy<sup>60</sup>. Trzeba podkreślić, że wpływ mass mediów jest dziś bardzo znaczący we wszystkich obszarach wychowania religijnego, moralnego, patriotycznego itp.<sup>61</sup> Według S. Kunowskiego, „funkcję edukacyjną, przypisaną szkole i rodzinie, coraz wyraźniej przejmują środki masowego komunikowania się, wychowują one i uczą wszystkich ludzi”<sup>62</sup>. Kształtują nie tylko opinię publiczną, ale też osobowość i postawy odbiorców. Dają możliwość udostępniania i upowszechniania różnorodnych treści wychowawczo-dydaktycznych, ułatwiają ich odbiór. Należy także zaznaczyć, że „skracają proces uczenia się, wspomagając tym samym kształcenie zarówno szkolne, jak i pozaszkolne, które zajmuje ważne miejsce w rozwoju wychowawczym współczesnego człowieka”<sup>63</sup>. Dobrze ukształtowane media powinny pobudzać potrzeby kulturalne i duchowe, kierować uwagę na wartości prawdy, dobra i piękna. Są one darem Bożym, który ma za zadanie prowadzić ludzi do braterskiej przyjaźni i woli zbawczej<sup>64</sup>.

Nie należy również zapominać o narzędziowości mediów, która wskazuje ich szczególną cechę, jaką jest wspomaganie ludzkiego

postrzegania zmysłowego. Charakterystyczne dla człowieka środki, takie jak: „mowa, gesty i mimika, służące ekspresji i impresji, dialogowi, wyrażaniu przeżyć i myśli oraz ich odczytywaniu i rozumieniu, uzupełniają w coraz większym stopniu media”<sup>65</sup>. Stosowanie w procesie edukacji środków ułatwiających odbiorcom bezpośrednie poznanie rzeczywistości znalazło uzasadnienie w stwierdzeniu „naprzód rzecz poznana na niej samej, potem dopiero mówienie o rzeczy”<sup>66</sup>. Rola edukacyjna mediów jest dużo większa niż oznaczanie ich jako „zastępnika” czy „substytutu” poznawanej rzeczywistości. To dzięki środkom informatycznym możliwa była aktywność intelektualna, praktyczna i interpersonalna osób, które z nich korzystały. Komputer włączony w sieć informatyczną stał się narzędziem poznania rzeczywistości realnej w rzeczywistości wirtualnej. Uważa się, że media oddziałujące sensorycznie na wzrok, słuch i dotyk, a ułatwiające uczniom bezpośrednio lub pośrednio poznanie rzeczywistości, są nieodzownym składnikiem procesu dydaktyczno-wychowawczego.

Wychowanie do mediów powinniśmy rozumieć jako „świadomą działalność społeczną prowadzoną przez wychowawcę wobec wychowanka, mającą na celu poznanie świata mediów masowych i cyberprzestrzeni oraz ukształtowanie umiejętności umożliwiających działanie w tej sferze,

---

<sup>60</sup> Por. A. Lepa, *Pedagogika...*, s. 49.

<sup>61</sup> Zob. J. Góral, K. Klauza, *Mass media a religijność*, w: *Religijność Polaków*, red. L. Adamczuk, W. Zdaniewicz, Warszawa 1993, s. 107-117.

<sup>62</sup> S. Kunowski, *Co współczesna pedagogika mówi o wychowaniu*, „Homo Dei” nr 32 (1960), s. 240.

<sup>63</sup> J. Karczewska, *Mass media w wychowaniu na podstawie twórczości Stefana Kunowskiego*, w: *Media w wychowaniu chrześcijańskim*, red. D. Bis, A. Rynio, Lublin 2010, s. 144.

<sup>64</sup> Por. tamże, s. 145.

<sup>65</sup> M. Tanaś, *Media w katalogu środków dydaktycznych*, w: *Pedagogika medialna*, red. B. Siemieniecki, Warszawa 2007, s. 156.

<sup>66</sup> Tamże, s. 157.

<sup>67</sup> M. Tanaś, *Wychowanie a media*, w: *Pedagogika medialna*, red. B. Siemieniecki, Warszawa 2007, s. 202.

a także budowanie adekwatnego stosunku człowieka do świata mediów i rzeczywistości wirtualnej<sup>67</sup>. Ważne jest także rozumienie ich miejsca i relacji wobec świata rzeczywistego, „kształtowanie przekonań i postaw, układu i hierarchii wartości oraz celu życia i relacji z innymi ludźmi i humanistycznego stosunku do nich”<sup>68</sup>. Wychowanie do mediów wynika z faktu, że ludzkie marzenia i działania zmierzające do przekraczania granic natury, znalazły odzwierciedlenie w świecie medialnym i wirtualnym, powstałym w ludzkiej wyobraźni i marzeniach.

### Zakończenie

Wychowanie przez media natomiast należy rozumieć wąsko jako jedną z metod organizacji procesu szkolnego i wychowawczego. Można je spostrzegać „przez pryzmat spójności, bądź rozbieżności celów rodziny, szkoły i Kościoła i definiowanych bądź nie celów nadawców czy grup nacisku medialnego”<sup>69</sup>. Można analizować za i przeciw oddziaływań medialnych na dzieci i młodzież, rejestrując konsekwencje wychowawcze i kształcące

odbioru mediów. Nie wolno zapominać o tym, że „realizowane przez wyższe uczelnie kształcenie medialne przyszłych pedagogów i nauczycieli w Polsce jest zdecydowanie nieadekwatne do konsekwencji rozwoju technologicznego”<sup>70</sup>. Pedagodzy i nauczyciele, od których oczekuje się efektywnego wykorzystania mediów, integrujących w komputerze w sieciach informatycznych znane człowiekowi analogowe niegdyś media masowe, nie są wystarczająco przygotowywani w procesie akademickiego kształcenia do realizacji tego zadania.

Technologie informacyjne stały się istotnym elementem systemu edukacji. Środki masowego przekazu są nie tylko efektywnym medium dydaktycznym i sposobem komunikacji ze światem zewnętrznym. Są też narzędziem nowej organizacji procesu nauczania – uczenia się, jako kształcenie zdalne, elastyczne oraz komplementarne. Jeśli zatem media elektroniczne są podstawowym narzędziem działalności człowieka, to z pewnością mogą także tworzyć nową przestrzeń edukacyjną, w której realizuje się proces edukacji przez całe życie.

*Mgr Michał Kaczmarczyk – doktorant Papieskiego Wydziału Teologicznego w Warszawie – Collegium Joanneum.*

<sup>68</sup> Tamże.

<sup>69</sup> Tamże, s. 203.

<sup>70</sup> Tamże.