

Grzegorz Łęcicki

Media wizualne a katecheza: zagrożenia, wyzwania, zastosowania

STRESZCZENIE:

UKAZANIE ZAGROZEŃ WYNIKAJĄCYCH Z DOMINACJI OBRAZU NAD SŁOWEM, OMÓWIENIE SZCZEGÓLOWYCH KWESTII, CZYLI NEGATYWNYCH ZJAWISK BĘDĄCYCH SKUTKIEM HEGEMONII CYWILIZACJI OBRAZU I PRZEWAGI MEDIÓW AUDIOWIZUALNYCH . PRZEDSTAWIENIE POZYTYWNEJ ROLI NOWOCZESNYCH ŚRODKÓW PRZEKAZU I KOMUNIKACJI. OPISANIE WARUNKÓW ZASTOSOWANIA MEDIÓW AUDIOWIZUALNYCH W PROCESIE WYCHOWANIA I PRZEKAZU WIARY. SFORMUŁOWANIE POSTULATU UCZENIA ODBIERANIA, „ODCZYTYWANIA” WIZUALNOŚCI, OBRAZU JAKO PEDAGOGICZNEGO WYZWANIA XXI WIEKU.

SŁOWA KLUCZOWE:

MASS MEDIA, MEDIA IKONICZNE (WIZUALNE),
CYWILIZACJA OBRAZU, KATECHEZA.

ABSTRACT:

PRESENTATION OF DANGERS CAUSED BY DOMINANT ROLE OF PICTURE OVER THE WORD, NEGATIVE EFFECTS OF HEGEMONY OF PICTURE CYWILIZATION AND PREDOMINANCE OF VISUAL MEDIA. POSITIVE ROLE OF NEW MEDIA AND MODERN COMMUNICATION. CONDITIONS OF APPLICATION OF AUDIOVISUAL MEDIA IN THE UPBRINGING PROCESS AND TRANSMITTING THE FAITH. TEACHING OF ‘READING’ VISUAL MEDIA AS EDUCATIONAL CHALLENGE OF XXI CENTURY.

KEYWORDS:

MASS MEDIA, VISUAL MEDIA, CATECHESIS, PICTURE
CIVILIZATION

Dominacja obrazu nad słowem stała się charakterystyczną cechą aktualnej cywilizacji. Logosfera bywa wypierana przez obraz. System edukacji nie zawsze nadąża za takim zjawiskiem. Wciąż bowiem powtarzany jest tradycyjny system nauczania w zakresie przedmiotów humanistycznych, który dotyczy analizy słów, rozumienia tekstów, poznawania lektur, nabywania umiejętności czytania i pisania. Zmaganie słowa i obrazu niesie z sobą rozmaite zagrożenia oraz wyzwania, ale może stanowić również twórczą inspirację wobec procesu nauczania i wychowywania, realizowanego także podczas katechezy.

Zmaganie słowa i obrazu

Kultura słowa pisanego w decydujący sposób wpłynęła na kształt cywilizacji zachodniej, uformowała ją i rozwinęła, ze słowa uczyniła podstawowe narzędzie komunikacji, wyrażania myśli, przekazywania idei, pojęć, opisywania rzeczywistości i wszelkich relacji interpersonalnych – międzyludzkich oraz tej najważniejszej: między Bogiem a człowiekiem. Wynalazek druku zrewolucjonizował sferę komunikacji; upowszechnienie książki i prasy istotnie przyczyniło się do tworzenia współczesnej cywilizacji. Słowo drukowane, książka oraz prasa jako masowe medium, wymusiło zarówno nowe formy przedstawiania tekstu, jak i ukształtowało nawyk czytania¹. Lektura stała się podstawowym źródłem wiedzy, informacji, a także komentowania oraz interpretowania rzeczywistości.

Odczytywanie słowa, pojmowanie jego sensu jest skomplikowanym procesem intelektualnym; wymaga myślenia, a więc wysiłku, wymaga też wiedzy, pozwalającej na uchwycenie rozmaitych kontekstów, znaczeń i tradycji. Cechę charakterystyczną współczesnej kultury popularnej, masowej oraz cywilizacji informacyjnej stanowi zaś hegemonia obrazu. Zredukowanie czytelnictwa na rzecz oglądalności spowodowało istotne przemiany zarówno w formie przekazów medialnych (rozwój tabloidów oraz mediów wizualnych), jak i ich treści. Słowo sprowadzone do roli podpisu pod ilustracją lub obrazem telewizyjnym czy internetowym nie spełnia podstawowej funkcji pełnego informowania, dogłębnego komentowania; nadmierna wizualizacja należy więc do swoistych zagrożeń cywilizacyjnych wynikających z działalności mass mediów. Dominacja ikonosfery, ze względu na wielką liczbę postrzeganych obrazów, bez możliwości krytycznej nad nimi refleksji, może prowadzić do błędnego oglądu i oceny rozmaitych zjawisk. Ukazywanie jedynie fragmentów rzeczywistości istotnie ją bowiem wypacza. Skutkiem marginalizacji słowa jest ponadto rozwój kultury ludycznej, ograniczającej liczbę odbiorców kultury wyższej. Media wizualne nie angażują wyobraźni, utwierdzają postawę bierności, czynią z widzów niemal tylko konsumentów przekazu².

¹ Zob. A. Briggs, P. Burke, *Spoleczna historia mediów. Od Gutenberga do Internetu* (tł. J. Jedliński), Warszawa 2010, s. 34 – 35.

² Por. A. Lepa, *Funkcja logosfery w wychowaniu do mediów*, Łódź 2003, s. 57 – 58; P. Drzewiecki, *Renesans słowa. Wychowanie do logosfery w kulturze audiowizualnej*, Toruń 2010, s. 57 – 62; A. Adamski, *Obraz rodziny na łamach wybranych polskich czasopism dziecięcych w latach 2007 – 2008* (referat wygłoszony na I Międzynarodowej Konferencji „Problemy współczesnej rodziny. Rodzina a media”, Lublin



Słowo sprowadzone do roli podpisu pod ilustracją lub obrazem telewizyjnym czy internetowym nie spełnia podstawowej funkcji pełnego informowania, dogłębnego komentowania; nadmierna wizualizacja należy więc do swoistych zagrożeń cywilizacyjnych wynikających z działalności mass mediów.

Zmaganie kultury słowa z cywilizacją obrazu stanowi więc obecnie istotne wyzwanie dla procesu oświaty i wychowania³. Dotyczy to więc również katechezy. Powinna ona w pewnym sensie stać się swoistym przyczynkiem i sojusznikiem edukacji medialnej, pojmowanej jako uczenie krytycznego odbioru przekazów medialnych, a szczególnie audiowizualnych. Katecheza powinna się stać tym obszarem nauczania, który może ukazywać zagrożenia i wyzwania wynikające z dominacji ikonosfery nad logosferą.

Wyjątkowa rola mediów ikonicznych – wizualnych oraz audiowizualnych – a szczególnie filmu i telewizji niejako wymusza krytyczną analizę oraz refleksję wobec ich przekazów, a zarazem kształtowania postawy wrażliwości na kwestie etyki obrazu⁴. Rozwój nowych, interaktywnych mediów – Internetu, portali informacyjnych oraz społecznościowych – także wymaga odpowiedniej formacji intelektualnej i etycznej użytkowników, a także umiejętności dokonywania wyborów podczas posługiwania się najnowszymi technologiami przekazującymi najrozmaitsze treści⁵.

Wśród istotnych zagrożeń, wynikających z dominacji mediów ikonicznych, należy wymienić reklamę; jest ona najbardziej widocznym przykładem komercyjnego charakteru przekazu medialnego; jako komunikat perswazyjny wpływa na kształtowanie potrzeb, instrumentalizuje kulturę, a przede wszystkim propaguje konsumpcyjny styl życia. Proklamuje i utwierdza błędne przekonanie o tym, że posiadanie jakichś dóbr materialnych stanowi realizację najgłębszych potrzeb egzystencjalnych, marzeń i pragnień. Częste połączenie treści komunikatu reklamowego z elementami atrakcyjności seksualnej przyczynia się do utrwalania fałszywego wizerunku kobiety wyłącznie jako obiektu erotycznego⁶.

Za zagrożenie należy uznać postrzeganie czy utożsamianie przekazu katechetycznego wyłącznie jako swoistej reklamy wiary. Uczestnicy katechezy, żyjący przecież

18 - 19 X 2010, mps, zb. aut., s. 1 - 2).

³ Por. A. Lepa, dz. cyt., s. 58 - 66.

⁴ Zob. W. Godzic, *Telewizja - najważniejsze medium XX wieku*, w: *Media audiowizualne*. W. Godzic, A. Drzał-Sierocka (red.), Warszawa 2010, s. 76 - 77; A. Zwoliński, *Obraz...*, dz. cyt., s. 462 - 481.

⁵ Por. P. Levinson, *Nowe nowe media* (tł. M. Zawadzka), Kraków 2010, s. 11 - 21.

⁶ Zob. M. Mrozowski, *Media masowe. Władza, rozrywka i biznes*, Warszawa 2001, s. 155 - 159. 176 - 183; D. Doliński, *Psychologiczne mechanizmy reklamy*, Gdańsk 2003, s. 149 - 150.

w świecie zdominowanym przez media audiowizualne, nawet tylko podświadomie mogą pojmować przekaz wiary w tych samych kategoriach co perswazję reklamową. Katecheza powinna więc jasno, jednoznacznie i zdecydowanie ukazywać różnice między głoszeniem wiary a reklamą.

Pełna a fragmentaryczna wizja świata i ludzkiej egzystencji

Jednym z najgroźniejszych zagrożeń, wynikających z dominacji obrazu, jest przyjmowanie wyjaśniania ludzkich postaw i zachowań na podstawie filmów i programów telewizyjnych. Za źródło takiej naiwnej i bezkrytycznej akceptacji należy uznać nieznamość podstawowych funkcji mediów i zapominanie, że do ich istoty – oprócz informowania oraz interpretowania – należy dziś także dostarczanie rozrywki; filmy i programy telewizyjne – a więc przekazywane obrazy – nie mogą w pełni ukazać skomplikowanej rzeczywistości także z tego względu, że podlegają ograniczeniom budżetowym i ścisłym ramom czasowym⁷.

Ważnym zadaniem katechezy staje się więc przedstawianie realizmu egzystencjalnego jako najpełniejszej, dogłębnej prawdy o życiu człowieka, jego genezie, sensie, celu, wartościach moralnych. O ile współczesny świat – ze względu na dynamiczny rozwój nowych technologii komunikacyjnych – wolno nazwać mediocentrycznym, to katecheza ma naturalnie przekazać inną, a mianowicie religijną, a dokładniej: chrystocentryczną wizję rzeczywistości.

Realizm wobec fikcji

Do najistotniejszych zagrożeń medialnych zaliczyć także należy zacieranie granicy między prawdą a fałszem, rzeczywistością a fikcją, dobrem a złem, pięknem a brzydotą. W pewnym sensie jest to skutek natury spektaklu, którym posługują się media audiowizualne⁸. Utożsamienie mediów z rzeczywistością dokonuje się automatycznie, jest skutkiem swoistego lenistwa intelektualnego, braku krytycyzmu, dążenia do upraszczania, przewagi subiektywnego postrzegania nad refleksją o obiektywnym charakterze rzeczywistości; nadmierne zafascynowanie elementami fantazyjnymi oraz efektami specjalnymi pogłębia różnice między rzeczywistością a spektaklami medialnymi⁹.

Subiektywizm ocen, brak odniesienia do obiektywnego porządku, ładu i hierarchii wartości, zacieranie różnic między informacją a komentarzem, a przede wszystkim odrzucenie przez postmodernizm społecznej odpowiedzialności mediów oraz negacja normatywnego, etycznego wymiaru dziennikarstwa skutkuje dezintegracją, i to zarówno pracowników instytucji medialnych, jak i odbiorców. Dowolne, subiektywne przekazy medialne przyczyniają się bowiem do promowania i utwierdzania indywidualizmu oraz apoteozy wolności pozbawionej ograniczeń¹⁰.

⁷ Zob. H. McGrath, H. Edwards, *Trudne osobowości. Jak radzić sobie ze szkodliwymi zachowaniami innych oraz własnymi* (tł. B. Józwiak), Poznań 2010, s. 13.

⁸ Por. P. Drzewiecki, dz. cyt., s. 57 – 63.

⁹ Por. B. Reeves, C. Nass, *Media i ludzie* (tł. H. Szczerkowska), Warszawa 2000, s. 295 – 298.

¹⁰ Zob. M. Drożdż, *Media. Teorie i fikcje*, Kielce 2005, s. 45. 48 – 50.



Do najistotniejszych zagrożeń medialnych zaliczyć także należy zacieranie granicy między prawdą a fałszem, rzeczywistością a fikcją, dobrem a złem, pięknem a brzydotą. W pewnym sensie jest to skutek natury spektaklu, którym posługują się media audiowizualne.

Konfrontacja realizmu orędzia chrześcijańskiego z fantastyką ideologii liberalizmu medialnego dokonuje się nie tylko na najbardziej spektakularnej i wyrazistej płaszczyźnie takich gatunków medialnych, jak *science-fiction* i *fantasy*, ale w całej sferze środków społecznego przekazu. Wyjątkowy, sugestywny charakter przekazów audiowizualnych sprawia, że człowiek łatwo ulega owym medialnym obrazom i często przyjmuje je bezkrytycznie i utożsamia z rzeczywistością. Świadomość historyczna nowych pokoleń Polaków jest kształtowana bardziej przez często powtarzane seriale telewizyjne, niż pogłębioną lekturę fachowych opracowań. Wizja wojny jako przygody, ukazana w serialu *Czterej pancerni i pies*, czy obraz Niemców jako bandy prymitywnych, brutalnych głupków nakreślony w *Stawce większej niż życie* (pomijając naturalnie ideologiczne przesłanie i sprawność warsztatową twórców tych cykli) przyczynia się do utwierdzania owej fikcyjnej wizji, znacznie odbiegającej od rzeczywistych dziejów i prawdziwych wydarzeń. Dramat wojny oraz tragiczne fakty zostały utrwalone głównie w literaturze wspomnieniowej¹¹ oraz w rozmaitych filmach dokumentalnych, znanych jednak węższemu gronu odbiorców, niewątpliwie mniejszemu niż milionowa publiczność popularnych seriali fabularnych.

Piękno i brzydota; problem pornografii

Odrzucenie tradycyjnych wartości chrześcijańskich oraz dawnych norm obyczajowych w połączeniu ze stosowaniem najnowszych wynalazków i technik medialnych wyłącznie dla nieokiełznanej chęci zysku spowodowało rozwój swoistego przemysłu pornograficznego. Lansowanie swobody seksualnej, rozmaitych dewiacji, podważa nie tylko wartość i znaczenie czystości, wstrzemięźliwości, celibatu, ale również seksu małżeńskiego; godzi także w rodzinę, a przede wszystkim w godność kobiety. Media audiowizualne upowszechniające treści pornograficzne działają destrukcyjnie zarówno na pojedynczych odbiorców, jak i na określone grupy społeczne, np. młodzież.

Do negatywnych skutków pornografii należy uprzedmiotowienie człowieka, zatracenie poczucia wstydu, stopienie wrażliwości etycznej szczególnie w zakresie

¹¹ Zob. S. Aleksijewicz, *Wojna nie ma w sobie nic z kobiety* (tł. J. Czech), Wołowiec 2010, s. 21 – 22; A. Heda-Szary, *Wspomnienia „Szarego”*, Warszawa 2009, s. 141 – 157; A. Kunicki, *Cichy front*, Warszawa 1969, s. 57 – 66.

ludzkiej płciowości i przekazywania życia, lansowanie fałszywych obrazów męskości i kobiecości, absolutyzacja egoizmu, rozkoszy i przyjemności. Wraz z rozwojem nowych mediów pojawiło się zjawisko cyberseksu; oceniane jest negatywnie jako pozabawiające zahamowań moralnych i norm obyczajowych, rujnujące psychikę i kształtujące osobowość społeczną¹². Katecheza nie może więc nie dostrzegać i tego problemu; właściwe młodości zainteresowanie sferą seksualną musi być kształtowane poprzez mądrą, roztropną formację dotyczącą ludzkiej płciowości i zachowań w pełni odpowiadających godności i powołaniu człowieka do świętości obejmującej każdą sferę życia.

Dobro i zło; kwestia przemocy

Kolejnym wyzwaniem dla współczesnej katechezy są również przekazy medialne stymulujące postawy agresji, przemocy, gwałtu, okrucieństwa. Nie tylko godzą w godność człowieka, ale także wypaczają obraz cierpienia, choroby, śmierci, wartości ludzkiego życia. Ekranowa przemoc nie pozostaje bez wpływu na brutalizację życia i codziennych zachowań, a także uczy agresji, zobojętnienia na przemoc i cierpienie, powoduje zaburzenia emocjonalne i kształtuje fałszywy obraz świata; przede wszystkim zaś kwestionuje zakaz zabijania¹³.

Specyficznym aspektem działania mass mediów jest propaganda wojenna, która powoduje dezintegrację wizerunku jedności rodziny ludzkiej, akcentuje prawdziwe i wyimaginowane różnice, podsycza konflikty i nienawiść w skali międzynarodowej, ukazuje przemoc, agresję jako sposoby rozwiązywania konfliktów i sporów, wypacza tradycyjną hierarchię wartości, usprawiedliwia zabijanie; do specyficznych metod propagandy wojennej należy przesada oraz wyolbrzymienie¹⁴. Do negatywnego wpływu mass mediów należy także zaliczyć oddziaływanie scen przemocy oraz agresywnych gier komputerowych, które są coraz bardziej nastawione wobec psychiki dzieci¹⁵.

Katecheza odnosząca się do przemocy w mediach audiowizualnych powinna więc ukazywać inny, realny obraz świata, a przede wszystkim akcentować nieprawdę tkwiącą w ideologii głoszącej, że zło jest bardziej spektakularne i ciekawsze od dobra. Warto również przypomnieć, że nauczanie Kościoła na temat ukazywania zła w środkach społecznego przekazu bardzo mocno akcentuje dopuszczalność występowania takich obrazów jedynie w kontekście ostatecznego zwycięstwa dobra. Jednym

¹² Por. A. Zwoliński, *Obraz w relacjach społecznych*, Kraków 2004, s. 347 – 356; Tenże, *Seksualność w relacjach społecznych*, Kraków 2006, s. 120. 131 – 133.

¹³ Por. Tenże, *Obraz...*, dz. cyt., s. 329 – 338.

¹⁴ Zob. U. Jarecka, *Propaganda wizualna słusznej wojny. Media wizualne XX wieku wobec konfliktów zbrojnych*, Warszawa 2008, s. 199; Taż, *Nikczemny wojownik na słusznej wojnie. Wybrane aspekty obrazu wojny w mediach wizualnych*, Warszawa 2009, s. 237.

¹⁵ Por. M. Braun-Gałkowska, I. Ulfik-Jaworska, *Zabawa w zabijanie. Oddziaływanie przemocy prezentowanej w mediach na psychikę dzieci*, Lublin 2002, s. 220.



Kolejnym wyzwaniem dla współczesnej katechezy są również przekazy medialne stymulujące postawy agresji, przemocy, gwałtu, okrucieństwa. Nie tylko godzą w godność człowieka, ale także wypaczają obraz cierpienia, choroby, śmierci, wartości ludzkiego życia.

z fundamentalnych przesłań katechezy jest afirmacja życia jako wyjątkowego daru Bożego. Kształtowaniu postawy poszanowania życia – od poczęcia do naturalnej śmierci – powinno towarzyszyć przedstawienie zła, zbrodni, zabójstwa jako czynów wyjątkowo odrażających oraz destrukcyjnych.

Praca i rozrywka

We współczesnym społeczeństwie dominuje cywilizacja gry i zabawy; praca, wysiłek nie stanowią już wartości podstawowych¹⁶. Zadania środków społecznego przekazu, dawniej uważane za fundamentalne, a mianowicie informowanie, opisywanie i komentowanie rzeczywistości, edukowanie oraz wychowywanie, zostały zredukowane i zdominowane przez funkcję rozrywkową; nawet bowiem informacje dziennikarskie mają odbiorcom sprawiać przyjemność¹⁷. Nowe formy spektakli medialnych, tzw. *reality show*, polegające na podglądaniu i stymulowaniu rozmaitych ludzkich zachowań w specyficznych warunkach, stworzonych na potrzeby widowiska telewizyjnego, przekraczają nie tylko granice dobrego smaku, ale również pobudzają uczestników do działań nieetycznych, zaś u odbiorców utwierdzają naganną postawę niezdrowej ciekawości i afirmację podglądactwa dawniej uznawanego za zachowanie niedopuszczalne¹⁸. Zadaniem katechezy jest więc w tym kontekście formowanie postawy poszanowania pracy oraz ukazania zasad godziwej rozrywki.

Media audiowizualne w sposób decydujący przyczyniły się do rozpropagowania idei podważających tradycyjną hierarchię wartości; produkcji, pracy, intelektowi, aktywności przeciwstawiły konsumpcję, zabawę, emocje, bierność¹⁹. Te antywartości obecne w kulturze masowej, popularnej mogą mieć istotne znaczenie w kształtowaniu postaw egoistycznych, materialistycznych, hedonistycznych, a więc antyspołecznych i destrukcyjnych.

¹⁶ Zob. M. Drożdż, dz. cyt., s. 43. 47.

¹⁷ Zob. M. Mrozowski, dz. cyt., s. 252 - 253.

¹⁸ Por. S. Brenton, R. Cohen, *Polowanie na ludzi. Za kulisami reality TV* (tł. L. Stawowy), Warszawa 2004, s. 108 - 109.

¹⁹ Por. D. Strinati, *Wprowadzenie do kultury popularnej* (tł. W. J. Burszta), Poznań 1998, s. 155.



Idol mediów audiowizualnych bywa nierzadko utożsamiany z tradycyjnym pojęciem autorytetu, twórcy, artysty. Kreowanie idoli należy uznać za swoisty i niebezpieczny zabieg socjotechniczny, gdyż idol wypowiada się jak autorytet w sprawach, wobec których nie jest kompetentny.

Zadaniem katechezy jest więc w tym przypadku formowanie postaw twórczych, aktywnych, ukazywanie wartości pracy, wysiłku, przypominanie o właściwym wewnętrznym uporządkowaniu ludzkiej duchowości, w którym rozum ma kierować wolą, a wola uczuciami.

Autorytety, twórcy, idole

Do negatywnych zjawisk, związanych z rozwojem i wpływem mediów audiowizualnych, należy ukształtowanie swoistych osobowości medialnych, idoli – najczęściej popkultury – aktorów, artystów estradowych, modelek, sportowców, tzw. celebrytów, czyli osób znanych z przekazów medialnych, a więc popularnych, dlatego że są znane. Obserwowanie ich zachowań, stylu życia (czasem skandalicznego pod względem obyczajowym) może wywoływać przekonanie o słuszności głoszonych przez nie poglądów (nieradko przeciwstawiających się doktrynie i moralności chrześcijańskiej, a głównie katolickiej), pragnienie naśladowania, a także zazdrość z powodu doczesnej pomyślności materialnej oraz sławy²⁰.

Idol mediów audiowizualnych bywa nierzadko utożsamiany z tradycyjnym pojęciem autorytetu, twórcy, artysty. Kreowanie idoli należy uznać za swoisty i niebezpieczny zabieg socjotechniczny, gdyż idol wypowiada się jak autorytet w sprawach, wobec których nie jest kompetentny²¹. Wyzwaniem wobec współczesnej katechezy jest przedstawianie dokładnego rozróżnienia między autorytetem, prawdziwym twórcą i powołaniem artysty a idolem mediów audiowizualnych. Głębszym wymiarem owego problemu jest utwierdzenie – poprzez swoisty kult współczesnych idoli popkultury – postawy antropocentrycznej, niejako ubóstwiającej człowieka²². Katecheza musi uczyć hierarchii bytów, przeciwstawiać się degradacji tego, co Boskie, i nadmiernej afirmacji tego, co ludzkie.

Należy jeszcze zwrócić uwagę na to, że dzieci i młodzież oglądają bez ograniczeń reklamy przeznaczone dla osób dorosłych. Młodzi odbiorcy nie mają jeszcze wyrobionej

²⁰ Por. A. Zwoliński, *Rock demoniczny*. W: Tenże, *Leksykon współczesnych zagrożeń duchowych*, Kraków 2009, s. 390 – 401.

²¹ Zob. A. Zwoliński, *Obraz...*, dz. cyt., s. 384 – 396.

²² Por. A. Posacki, *Idolatria*, w: Tenże, *Encyklopedia zagrożeń duchowych. Mistyka, ezoteryzm, okultyzm*, t. I, Radom 2009, s. 316 – 317.

dostatecznie postawy krytycznej wobec przekazów medialnych, więc sugestywne reklamy audiowizualne mogą powodować negatywne skutki, wśród których wymienia się kształtowanie postawy hedonistycznej oraz obniżanie i podkopywanie autorytetu rodziców²³. Zadaniem katechezy jest więc nie tylko uczenie krytycznego odbioru przekazów reklamowych, ale także ukazania miłości rodzinnej w kontekście szerszym niż utożsamianie jej ze spełnianiem potrzeb materialnych.

Muzyka jako manifest (dla) młodego pokolenia

Muzyka określana mianem młodzieżowej stanowi wyjątkowy sposób komunikacji młodego pokolenia²⁴. Piosenka jest już nawet kwalifikowana i opisywana jako nowe medium²⁵. Media audiowizualne propagują treści, jak i lansują wizerunki idoli estradowych, których głównym odbiorcą jest młodzież. Nierzadko w tekstach piosenek przeznaczonych dla młodzieży, jak i w zachowaniu idoli dominują postawy nieetyczne, naganne, skandaliczne. Wśród zjawisk towarzyszących niektórym młodzieżowym gatunkom muzycznym jest bowiem narkomania, wyuzdany seks, głoszenie ideologii antyreligijnej, antychrześcijańskiej, antykatolickiej, propagowanie treści satanistycznych²⁶.

Zadaniem katechezy jest więc uświadamianie owych zagrożeń, wynikających z bezkrytycznej fascynacji idolami głoszącymi – poprzez utwory muzyczne – treści demoralizujące i gorszące²⁷. Młode pokolenie musi być świadome tego, że przekaz medialny, jakim jest piosenka i *video-clip*, stanowi swoistą formę agitacji, propagandy, a nie bezideowej zabawy i niewinnej rozrywki. Muzyka młodzieżowa często bowiem wpisuje się w nurt cywilizacji destrukcyjnej, stanowiącej wyzwanie dla misji Kościoła i orędzia Ewangelii.

Zastosowanie mediów audiowizualnych w przekazie katechetycznym

Dotychczasowe refleksje wyliczały oraz porządkowały zagrożenia i wyzwania wynikające z dominacji mediów ikonicznych we współczesnej cywilizacji. Nie wolno jednak zapominać o tym, że mass media jako narzędzia komunikacji spełniają także rolę niezwykle pozytywną, ułatwiają kontakty międzyludzkie, przekraczają bariery czasu i przestrzeni, informują o rozmaitych faktach, komentują rzeczywistość, dostarczają rozrywki, popularyzują wiedzę i osiągnięcia nauki, czyli pełnią ważną rolę edukacyjną oraz wychowawczą. Powinny być więc umiejętnie stosowane i wykorzystywane w procesie nauczania i formacji. Specyficzne oddziaływanie mediów audiowizualnych musi być koniecznie uwzględnione w katechezie; bywa ona wtedy nie tylko atrakcyjniejsza pod względem

²³ Zob. M. Ejsmont, B. Kosmalska, *Media, wartości, wychowanie*, Kraków 2008, s. 282 – 283.

²⁴ Por. S. Hawryszczuk, *Religia rocka. Ciemna strona muzyki rozrywkowej*, Warszawa 2010, s. 41.

²⁵ Zob. D. McQuail, *Teoria komunikowania masowego* (tł. M. Bucholc, A. Szulżyńska), Warszawa 2008, s. 55 – 56.

²⁶ Zob. S. Hawryszczuk, dz. cyt., s. 42 – 65.

²⁷ Zob. A. Zwoliński, *To już było*, Kraków 1997, s. 301 – 328; Tenże, *Dźwięk w relacjach społecznych*, Kraków 2004, s. 167 – 169.

formalnym, ale również staje się wydarzeniem artystycznym, silnym przeżyciem egzystencjalnym.

Skutkiem oddziaływania szczególnie mediów ikonicznych jest połączenie płaszczyzny poznawczej z emocjonalną²⁸. Powstaje więc specyficzna sytuacja edukacyjna, która należycie wykorzystana może przynieść niezwykle pozytywny efekt wychowawczy. Wszelkie media, ale głównie audiowizualne – posługujące się dźwiękiem i obrazem – wpływają na kształtowanie postaw²⁹. Katecheza musi więc wykorzystywać media audiowizualne jako jedno ze skutecznych narzędzi i efektywnych sposobów formowania postaw pozytywnych z punktu widzenia wiary i moralności katolickiej.

Należy jednak stale pamiętać o tym, że z natury mediów audiowizualnych, elektronicznych wynika spłykanie tego, co wzniosłe i głębokie oraz przemienianie w rozrywkę treści racjonalnych, ważnych, istotnych dla egzystencji człowieka; w sposób specjalny odnosi się to do sfery religijnej³⁰. Owa konstatacja zakłada więc konieczność poprzedzania przekazu audiowizualnego odpowiednim, fachowym, kompetentnym komentarzem. Przeżycie artystyczne, związane z odbiorem przekazu audiowizualnego, powinno się stać następnie podstawą twórczego dialogu, wyrażania nie tylko emocji, ale przede wszystkim krytycznej refleksji intelektualnej.

Stosowanie mediów audiowizualnych w procesie katechetycznym wymaga od jego animatorów rzetelnej wiedzy i solidnego przygotowania. Wydaje się, że właśnie katecheci mają największą szansę stać się w szkołach, w których uczą, specjalistami w zakresie edukacji medialnej. Nie mogą bowiem nie dostrzegać ogromnego wpływu środków społecznego przekazu także na dziedzinę wychowania religijnego³¹. Umiejętne, harmonijne łączenie przekazu katechetycznego z medialnym jest już nie tylko potrzebą, ale wręcz koniecznością wynikającą z wymagań i uwarunkowań aktualnej cywilizacji informacyjnej, której cechą charakterystyczną jest gwałtowny rozwój technologii komunikacyjnych. Skuteczność przepowiadania katechetycznego we współczesnym świecie w dużej mierze może zależeć nie tylko od retoryki, ale również od rozumienia i umiejętności posługiwania się przekazem medialnym. Sztuka retoryki zakłada bowiem zarówno dobrą treść, jak i odpowiednią do niej dobrą formę³². Przekaz medialny może być więc stosowany właśnie jako owa forma, swoiste narzędzie katechezy (dostosowane oczywiście do wieku i poziomu rozwoju odbiorców).

Posługiwanie się mediami ikonicznymi, co już wcześniej zostało zaakcentowane, wymaga odpowiedniej wiedzy, a mianowicie umiejętności interpretowania obrazów i przekazów audiowizualnych, np. rozpoznawania relacji między kontekstem a pokazywaną treścią, analizowania zastosowanej kompozycji, kolorystyki,

²⁸ Por. A. Kozłowska, *Oddziaływanie mass mediów*, Warszawa 2006, s. 149. 154 - 156.

²⁹ Zob. B. Dziadzia, *Wpływ mediów. Konteksty społeczno-edukacyjne*, Kraków 2007, s. 44.

³⁰ Zob. J. Majewski, *Religia, media, mitologia*, Gdańsk 2010, s. 35 - 38. 129.

³¹ Por. S. Dziekoński, *Dwadzieścia lat katechezy w Polsce*, „Episteme”, nr 102, s. 70 - 71.

³² Por. R. Czekalski, *Retoryka a katecheza - „wczoraj i dziś”*, „Episteme”, nr 102, s. 153 - 154.



Nauka odbierania, „odczytywania” wizualności stanowi wyzwanie nie tylko dla nauczycieli-katechetów, ale i kolejnych pokoleń XXI wieku. Roli oraz znaczenia mediów ikonicznych nie wolno demonizować, ale należy je zrozumieć, poznać ich naturę, niejako oswoić i twórczo wykorzystywać w procesie edukacji, wychowania, doskonalenia człowieka, kształtowania sumienia oraz przekazywania wiary

organizacji przestrzennej, zawartości ekspresyjnej³³. Niewątpliwie najistotniejsze jednak z punktu widzenia ideałów wychowawczych jest określenie wartości moralnych, do których odwołuje się przekaz audiowizualny, którego atrakcyjność, ekspresyjność, dynamika, emocjonalność, łatwość odbioru stanowi o różnorodnym wpływie na odbiorców³⁴. Podnoszenie kwalifikacji katechetów w zakresie edukacji medialnej rozumianej w tym przypadku jako znajomość mediów ikonicznych jest więc istotną potrzebą edukacyjną i formacyjną. Do ważnych kwestii z zakresu nauki o mediach audiowizualnych należy zaliczyć nieodzowność wiedzy na temat gatunków filmowych oraz telewizyjnych³⁵.

W stosowaniu mediów audiowizualnych podczas katechezy należy wystrzegać się zła, tj. wąsko pojętej konfesyjności, rozumianej w tym przypadku jako ograniczenie treści przekazu wyłącznie do idei ściśle religijnych, a nawet wyłącznie katolickich. Katecheza może stanowić doskonałą okazję konfrontacji oraz dyskusji na temat popularnych i znanych przekazów audiowizualnych; może być miejscem krytycznej oceny moralnej treści rozpowszechnianych poprzez media ikoniczne; może analizować postępowanie przedstawionych postaci, bohaterów filmowych i telewizyjnych i porównywać je z ideałami etyki chrześcijańskiej.

Nauka odbierania, „odczytywania” wizualności stanowi wyzwanie nie tylko dla nauczycieli-katechetów, ale i kolejnych pokoleń XXI wieku. Roli oraz znaczenia mediów ikonicznych nie wolno demonizować, ale należy je zrozumieć, poznać ich naturę, niejako oswoić i twórczo wykorzystywać w procesie edukacji, wychowania, doskonalenia

³³ Zob. S. Pink, *Etnografia wizualna. Obrazy, media i przedstawienie w badaniach* (tł. M. Skiba), Kraków 2009, s. 55. 70 – 71. 135. 155 – 164; G. Rose, *Interpretacja materiałów wizualnych. Krytyczna metodologia badań nad wizualnością* (tł. E. Klekot), Warszawa 2010, s. 62 – 73.

³⁴ Por. A. Baczyński, *Telewizja a świat wartości*, Kraków 2003, s. 196 – 202; K. Ołdakowski, *Media pod lupą*, Kraków 2010, s. 77.

³⁵ Por. W. Godzic, *Telewizja – najważniejsze medium XX wieku*, w: *Media audiowizualne. Podręcznik akademicki*. W. Godzic, A. Drzał-Sierocka (red.), Warszawa 2010, s. 75 – 78.

człowieka, kształtowania sumienia oraz przekazywania wiary³⁶. Uczenie zrozumienia przekazów audiowizualnych może i powinno stać się szansą realizowania nowoczesnej katechezy w społeczeństwie informacyjnym. „Kościół zdaje sobie sprawę, że stosowanie nowoczesnych technik i technologii przekazu społecznego jest integralną częścią jego misji w trzecim tysiącleciu. Świadomość tego sprawia, że społeczność chrześcijańska poczyniła znaczne postępy w wykorzystywaniu środków społecznego przekazu w takich dziedzinach, jak informacja religijna, ewangelizacja i katecheza”³⁷.

Na zakończenie podkreślić jeszcze należy konieczność współpracy katechetów z rodzicami w zakresie wychowania do umiejętnego i pożytecznego korzystania z mass mediów³⁸. Dom rodzinny bowiem jest miejscem, w którym dzieci i młodzież najczęściej odbierają przekazy mediów audiowizualnych. Problemem jest jednak nieprzygotowanie większości rodziców, i niektórych katechetów, do tego zadania. Konieczne są więc działania zmierzające do promowania wśród rodziców postawy uczenia się o mediach audiowizualnych. Podwyższanie kwalifikacji przez katechetów w zakresie wiedzy medialnej wydaje się postulatem oczywistym. ■

O AUTORZE:

Grzegorz Łęcicki – ur. 1958 r. w Warszawie, dr teologii, dziennikarz i publicysta prasowy oraz radiowy, nauczyciel akademicki prowadzący zajęcia z zakresu dziennikarstwa w Instytucie Edukacji Medialnej i Dziennikarstwa na Wydziale Teologicznym Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego, a także w Warszawskiej Wyższej Szkole Humanistycznej im. Bolesława Prusa, gdzie od 2007 r. jest prorektorem; autor ponad 10 książek, w tym 5 o życiu i posłudze Ojca Świętego Jana Pawła II, biografii bł. Matki Terezy z Kalkuty, ks. Zdzisława Peszkowskiego, Bolesława Prusa, a ostatnio „Wyjątkowego poradnika szczęścia małżeńskiego”.

³⁶ Zob. Pius XII, *Encyklika Miranda prorsus o kinematografii, radu i telewizji*, Watykan 1957, s. 17 – 18. 29 – 30; Jan Paweł II, *Rola kaset magnetofonowych i magnetowidowych w kształtowaniu kultury i sumienia; Telewizja w rodzinie: kryteria właściwego wyboru programów; Kino – nośnik kultury i propozycja wartości*. W: *Orędzia papieskie na Światowe Dni Komunikacji Społecznej 1967 – 2002*. M. Lis (red.), Częstochowa 2002, s. 187 – 207.

³⁷ Jan Paweł II, *List apostolski Szybki rozwój o szybkim rozwoju środków społecznego przekazu*, p. 2. W: *Listy apostolskie Ojca Świętego Jana Pawła II*, Karków 2007, s. 762.

³⁸ Por. R. Czekalski, *Konieczność współpracy katechetów z rodzicami*, w: *Katecheza wobec wyzwań współczesności*, Tenże, Płock 2001, s. 139 – 142.