

ZDZISŁAW GRZEGORSKI

Jak żyć w audiowizualnym świecie? „Ucieczka w... rozumienie”

I. *Aetatis novae* — 20 lat Instrukcji i co dalej?

Dwa źródła inspiracji sprawiły, że wypada omalże „alarmować” o potrzebie rezeźnienia się w audiowizualnym świecie, w którym żyjemy. Oczywiście są i inne, różnej wagi, na ogół odwołujące się do tych samych czy podobnych badań, najczęściej bez odpowiedniej kwerendy — zgodnie z nagannym obyczajem nie uwzględniania uprzednio publikowanych wypowiedzi. Sam problem długo nie był u nas zauważany, choć sugestie były¹. Nadal najmniej zainteresowania budzą publikacje przeznaczone dla wychowawców z *know how*...² W tej konwencji jest konstruktywnie pomyślany „Ro-

¹ Wypada „nieskromnie” przypomnieć własne teksty, powstałe w latach 70-tych „pod opieką” komunistycznej cenzury, z inspiracji godnego pamięci ks. prof. Mariana Finkgo: *Dziecko telewizyjne — nowa rzeczywistość?*, „Katecheta”, 1970/3; *Wpływ masowego przekazu — problem otwarty*, „Katecheta”, 1977/5. Zadania związane z obowiązkami członka Komisji Episkopatu ds. Społecznych Środków Przekazu zmusiły do szerszej kwerendy — zaczął się twórczy dialog z katolickimi pedagogami z... Australii: brat Kelvin B. Canavan FSC przysłał do adaptacji polskiej swój program szkoleniowy: *Mass Media Education*, Sydney 1975. Powstawały próby adaptacji w kolejnych numerach „Katechety” (1,2,3 roku 1978): *Pedagogia masowego przekazu w obrębie katechezy* — chyba bez większego zainteresowania ludzi Kościoła w tym okresie... Podobnie: *Dialog rodzinny — formacja i korektura wpływu masowego przekazu* W: *Wychowanie w rodzinie chrześcijańskiej*. Praca zbiorowa pod red. Franciszka Adamskiego, Kraków 1982 s. 472 nn.; *Audiowizja a problem współczesnej katechezy zintegrowanej* W: *Kościół a kultura masowa*. Wybór tekstów i opracowanie — Franciszek Adamski, Kraków 1984 s. 98 nn. I tak dalej, aż po wykład na Wydziale Teologicznym UAM w ramach III Poznańskiego Festiwalu Nauki i Sztuki (20 V 2000): *Jesteśmy dziećmi nowego tysiąclecia czy dziećmi telewizyjnymi?* W: „Poznańskie Studia Teologiczne”, 2001/10 s. 239 nn.

² Tytułem przykładu: Ks. Henryk Krzysteczko, *Media jako pomoc w rozwoju dzieci i młodzieży — Zsady kwalifikacji programów telewizyjnych ze względu na rozwój osobowy*, „Katecheta”, 2001/4, s. 7 nn.; Luciano Moia, *Dzieci telewizji?*, Warszawa 2002, czy — choć nie wypada... — wielokrotnie doskonalona pomoc (bez omówień i zainteresowania środowisk kościelnych): Zdzisław G. Grzegorski, *Ja, dziecko i TV — Poradnik dla rodziców i wychowawców*, Księgarnia Św. Wojciecha i Wydział Teologiczny UAM, Poznań 2000.

dzinny przewodnik korzystania z mediów” episkopatu USA (zob. Załącznik). Z satysfakcją zaś należy wskazać na cenny dorobek środowiska kulowskiego, któremu patronuje ks. prof. dr hab. Tadeusz Zasępa, sięgający do swych doświadczeń europejsko-amerykańskich³. Niech wolno będzie od razu sięgnąć do polskiego dorobku i podać parę centralnych uwag dotyczących ważnej dla nas problematyki moralnej z jego *Media — Człowiek — Społeczeństwo*:

— „Podejmując decyzje moralne bierzemy pod uwagę nasze doświadczenia osobiste oraz zastępcze (uzyskane na drodze empatii). Trzeba tu powiedzieć, że media mają ogromny wpływ na naszą wyobraźnię, ponieważ dostarczają obu rodzajów tego doświadczenia. Środki masowego przekazu serwują nam przede wszystkim szeroki zakres doznań zastępczych. (...) Z drugiej strony, doświadczenie uzyskane poprzez media jest doświadczeniem prawdziwym — to co widzimy i co czytamy *naprawdę* jest częścią naszego świata. Ta podwójna natura zdobywanego dzięki nim doświadczenia daje środkom masowego przekazu szczególną pozycję w zakresie wpływania na coś, co nazwiemy wyobraźnią moralną” (s. 6).

— „W odbiorze mediów i naszego w nich udziału jawi się problem wtedy, gdy uświadomimy sobie zamazywanie przez nie różnic między fantazją a rzeczywistością, faktami a fikcją. Rodzi się wówczas pytanie, czy to, co oglądamy w telewizji jest relacją na żywo, czy też zostało nagrane? Czy są to zdjęcia dokumentalne czy film fabularny? Czy relacja dokumentalna jest wierna, czy z jakich powodów sfalszowana? Czy filmowana postać istnieje naprawdę, czy też jest grana przez aktora?” (s. 29).

W ten sposób swymi pytaniami ks. prof. Zasępa naprowadza na główny nurt pedagogii masowego przekazu, która takich pytań stawia jeszcze więcej... Formuluje także cztery tezy, dotyczące życia moralnego:

- „1. kształt życia moralnego rozwija się pod pewnymi warunkami, które narzucają media.
2. Edukacja i skupienie uwagi to najważniejsze elementy środków masowego przekazu, które wpływają na kształtowanie życia moralnego.
3. Wolność człowieka, najistotniejszy element życia moralnego, jest w ogromnym stopniu uzależniony od wpływu odpowiedniej edukacji i skupienia uwagi.
4. Kultura opierająca się na mass mediach może pozytywnie wpłynąć na kształtowanie się moralnego życia w zachodnich społeczeństwach” (s. 257).

Otrzymaliśmy w 20 lat po kolejnej instrukcji pastoralnej *Communio et progressio* — ostatnią, będącą odpowiedzią Papieskiej Rady na wyzwania nowych czasów — *Actatis novae*, i nie zauważaną obszerną wypowiedź przewodniczącego Rady, abp. Johna

³ „Nasza refleksja (...) idzie (...) ku dobru, jakie człowiek może uczynić swoim dzięki Internetowi i jego autostradam informacyjnym. Tempo, w jakim one powstają, przekracza wyobraźnię...” — *Internet — fenomen społeczeństwa informacyjnego*, praca zbiorowa pod redakcją ks. prof. Tadeusza Zasępy, Częstochowa 2001, Wprowadzenie, s. 7; problematyką moralną w mediach zajmuje się w tomie: Ks. Tadeusz Zasępa, *Media Człowiek Społeczeństwo — Doświadczenia europejsko-amerykańskie*, Częstochowa 2002 (wyd. II).

P. Foley⁴. To p i e r w s z y asumpt do podjęcia tu problematyki komunikacji społecznej:

„3. Zachęcamy duszpasterzy oraz lud Kościoła do głębszej refleksji nad problemami związanymi z przekazem społecznym i służącymi mu środkami i do wykorzystania tej refleksji w praktycznym działaniu i w realistycznych przedsięwzięciach...

18. Kształcenie i praktyczne szkolenie w zakresie społecznego przekazu powinny stanowić integralny składnik formacji duszpasterzy i kapłanów. Takie kształcenie i szkolenie musi obejmować wiele różnych elementów i aspektów.

W dzisiejszym świecie, na który tak silnie oddziałują środki przekazu, jest na przykład rzeczą konieczną, aby osoby pozostające w służbie Kościoła posiadały przynajmniej praktyczną wiedzę o wpływie, jaki nowe techniki informacji i przekazu wywierają na jednostki, na społeczeństwo. Muszą też umieć służyć zarówno »bogatym w informację«, jak i tym, którzy są pod tym względem »ubodzy«...”

A nieodżałowanej pamięci bp Jan Chrapek w swych wielu cennych przemówieniach m.in. przypominał: „Każda zmiana w technologiach komunikowania powodowała potrzebę nowego sposobu formowania ludzi”⁵. Prof. Ryszard Tadeusiewicz⁶ w ciekawej rozmowie o zaletach i wadach Internetu słusznie zauważa: „Przyszłość należy do narzędzi informacji oraz ludzi oceniających, czym warto się interesować”.

D r u g i m, głównym źródłem inspiracji, także „rocznicowym”, stał się zbiorczy, poczwórny numer „Communication Research Trends” podsumowujący badania w ostatnim dwudziestolecu: praca benedyktyńska... jezuita, życzliwego redaktora, W. E. Biernatzkiego⁷, do której będę się tutaj odwoływał (sygnując — dla uproszczenia: B — s. ..)!

Przy takiej okazji wypada podać parę informacji o tej pomocnej Kościółowi instytucji (The Centre for the Study of Communication and Culture) i jego naukowej publikacji („Communication Research Trends”).

The Centre... — instytucja zrzeszająca szereg naukowców, wiążąca się i współpracująca z kolejnymi ośrodkami uniwersyteckimi (aktualnie: Santa Clara University, Santa Clara, California) powstała w 1977 roku po wieloletnich dyskusjach w zakonie, związanych z publikowanymi dokumentami Kościoła na temat społecznych środków przekazu. Samo zaś pismo („Communication...”) powstało w 1980 roku jako reakcja na „największą w historii ludzkości eksplozję komunikacyjną”, by śle-

⁴ Arcybiskup John Patrick Foley w rozmowie z Ulrichem Bobingerem, *Bóg w globalnej wiosce*, Kraków 2002 — z znaczącym rozdziałem: DLACZEGO EDUKACJA MEDIALNA JEST WAŻNA? (s. 91) — problem, któremu tu znów poświęca się uwagę!

⁵ *Świat, zbawienie i... telewizja — Z biskupem Janem Chrapkiem rozmawiają Barbara Czajkowska i Dorota Maciejewska*, Katowice 2001 s. 161.

⁶ *Szum doskonały*, „Tygodnik Powszechny”, 2002/23.

⁷ W. E. Biernatzki SJ, *Twenty Years of Trends in Communication Research*, „Communication Research Trends”, Centre for the Study of Communication and Culture, Saint Louis University, 2000/2001, 1–4.

dzień jej ewolucję w następnych dekadach... „Na sposoby komunikowania radykalnie wpływają historyczne zmiany w technologii komunikowania — od *oralnej* do *piśmiennej*, od ręcznych zapisów po drukowany, od druku do elektronicznej manipulacji i transmisji, a te zmiany ciągle nadal następują...” (B — s. 5).

The Centre... — „Centrum Studiów nad Komunikacją i Kulturą, to jezuicki międzynarodowy ośrodek (...), w którym poszukuje się, gromadzi i streszcza naukowe publikacje, by je upowszechniać i analizować w różnych publikacjach kościelnych, akademickich i specjalistycznych. Cel powołania do życia Centrum był wyraźnie religijny: pomagać religijnym środkom przekazu i decydentom w rozumieniu współczesnego świata komunikacji, w którym działają i podejmują decyzje” (B — s. 4)⁸.

II. Problemy globalnej wioski, w której żyjemy

Jak żyć w tej „globalnej wiosce”?... Zalecenia instrukcji pastoralnych współbrzmia — jeśli nie wynikają... — z wyników badań, w tym i myśli Marshalla McLuhana¹⁰. Jego biograf słusznie zatytułował swą pracę: *Marshall McLuhan — Ucieczka w rozumienie*¹¹.

Być może trzeba — w myśl zaleceń Magisterium Kościoła — pomóc poznawać ten przemożny „elektroniczny świat” i budzić aktywność myślową i moralną, i nie bez ryzyka odwoływać się do gnomicznych powiedzeń McLuhana. On zaś, „prorok epoki elektronicznej”, neofita będący pod wpływem myśli św. Tomasza z Akwinu, jest — jak piszą — „częściej cytowany niż rozumiany”. „Idealista”, liczy na elity, stąd rozwój wiedzy każe pogłębiać, uzupełniać jego wypowiedzi¹², co też w dalszym etapie wypadnie to zrobić w oparciu o przywołane *summariusum* Biernatzkiego, którego wieloletniej życzliwości wiele zawdzięczam (m.in. bezpłatna prenumerata...). Zamysł pedagogiczny pozwala nie liczyć się z zarzutem apelowania do „elit”, bowiem one prze-

⁸ Dodajmy, że już działa NORDICOM (Nordic Information Centre for Media and Communication Research) podobna instytucja w krajach nordyckich, związana tylko z ośrodkami uniwersyteckimi (bez relacji z religią), a jej publikacje są równie interesujące, jak zdają się zapowiadać informacje po angielsku w „morzu” tekstów w językach nordyckich! (zob. www.nordicom.gu.se/presentation2.html)

⁹ „Usunięcie »bariery odległości« w komunikowaniu stworzyło to, co McLuhan nazywa »globalną wioską« — Hugh McDonald, *We are what we watch nad read...* (August 01, 2001), www.vaxxine.com/hyoomik

¹⁰ „Od czasu śmierci Marshalla McLuhana w 1980 roku jego sława przygasała, aż świat elektroniczny dogonił jego teorie. Tak też się stało: fala zainteresowania dziełem McLuhana potwierdza jego przydatność. Koncepcje McLuhana nie tylko przetrwały, lecz ciągle jeszcze zajmują czołową pozycję w teorii komunikacji. Nikt lepiej od niego nie wie, w jaki sposób elektroniczny sposób przesyłania informacji przekształca rzeczywistość (...). Obecnie my również potrafimy zobaczyć wiele z tego, co on dostrzegał dużo wcześniej” — Marshall McLuhan, *Wybór tekstów*, Poznań 2001, Wprowadzenie, s. 20.

¹¹ W. Terrence Gordon, *Escape into Understanding — Biography*, Cambridge, MIT Press, 1998 [lub: New York 1997].

¹² Caslon Analytics Biographical Profile: Marshall McLuhan:
www.caslon.com.au/biographies/mcluhan.htm

cież mogą wpływać na otoczenie — to prawda — jakże bierne. Chciałoby się za Frommem powiedzieć: *Ucieczka od wolności...*

Mawiamy: Kto z kim przystaje, takim się staje... A intrygujące sformułowania, oparte o wspomnianego „proroka”, zatytułowano: „Jesteśmy tym, co oglądamy i czytamy” (*We are what we watch and read*)¹³. A ktoś inny¹⁴ uznał paradoksalne „Treść to użytkownik” (*the user is the content*) za najbardziej znane powiedzenie kanadyjskiego filozofa McLuhana. „Filtry elekcyjne muszą powstać nie w Internecie, a w umysłach. Ich tworzenie to jedno z największych wyzwań edukacji”¹⁵. No cóż, to czytelnik, widz konkretyzuje metafory i sensory zdarzeń, a tym bardziej internalizuje i ocenia... Bo — pytałby filozof — „gdzie jest film, obraz, co jest filmem...?” Przecież ostatecznie nie zapis na taśmie filmowej czy innej, nie impulsy elektryczne na ekranie, ale w percypującym człowieku! Wizualizm epoki, w której żyjemy, ma swoje i nadprzyrodzone uzasadnienie: nim człowiek osiągnie *visio beatifica*, tu na ziemi ma jakąś *visio naturalis*, uczymy go dostrzegać ślady stwórczej ręki Boga, i nie inaczej jest w religijnej formacji medialnej: każemy uogólniać, wnioskować, oceniać, wartościować.

Aż prosi się pójść dalej i rozwijać refleksję nad biblijną antropologią wzroku, którą zainicjował ks. Jerzy Machnacz:

„Rzeźba i obraz nie są w stanie zamknąć w sobie Tego, który JEST. One są tylko mediami, etapami ku Temu, który JEST. Nie inaczej ma się sprawa ze słowem. Ono również nie jest stanie uchwycić Tego, który JEST. Słowo jest nazwą, pojęciem, a nie rzeczywistością. Jeśli słowa mówią, opowiadają o Bogu, to przecież nie są w stanie Go pojąć i objąć. Język, podobnie jak obraz i rzeźba, winien przybliżyć, prowadzić do Boga, a nie od Niego oddalać. Trzeba koniecznie wyjść poza słowo, tak jak trzeba wyjść poza obraz i rzeźbę. (...) Widzieć znaczy dostrzegać to, co jest. Widzenie, dostrzeżenie jest podstawą działania, zachowania odpowiednio do tego, co rzeczywiście jest. Wzrok, spojrzenie wiedzie życie do życia, ale może też wieść życie ku śmierci, jeśli oczy nie chcą widzieć, jeśli nie respektują tego, co jest (...). Nowoczesna zachodnia kultura jest w znacznej mierze kulturą wzroku. Czy to znaczy, że nowoczesny człowiek nauczył się patrzeć? Czy potrafi wydobyć z tego, co dostrzega, to co istotne?”¹⁶.

Odkrycia naukowe i osiągnięcia techniczne „wstrząsnęły Jego biblijnym obrazem człowieka i świata (...). Współczesne media operujące obrazem w sposób profesjonalny starają się wyłączyć myślenie-świadomość widza przez przekazywanie znacznej ilości obrazów na minutę. U widza należy wywołać najpierw stan zagubienia i potrzeby, aby w finalnym obrazie odnalazł siebie i to, czego mu brakuje. Widz ma zobaczyć

¹³ Hugh McDoland, dz. cyt.

¹⁴ Caslon Analistisc... dz. cyt. Przy tym oburza się, że niejaki John Brockman na ten temat poetyzuje: „Wartość tkwi w działaniu. »Treść« to już nie rzeczownik. Treść to kontekst. Treść, to działanie. Treść to powiązania, wspólnota. Treść to nie tekst czy obraz jakoś coś odrębnego od interakcyjnych komponentów, które do niej prowadzą. Treść to interaktywna jakość „Treść” to... czasownik, kontynuujący się proces”.

¹⁵ Zob. przypis 6.

¹⁶ Ks. Jerzy Machnacz, *Przyczynek do biblijnej antropologii wzroku*, „Horyzonty Wiary” 11(2000)4, s. 53–58, passim.

nie to, co jest, lecz to, czego życzy sobie producent. Kształcenie umiejętności patrzenia jest zadaniem, przed którym staje każde pokolenie”¹⁷.

Trzeba „nowego sposobu formowania ludzi”, o który tutaj apeluje się do pastorałistów! Człowiek — nie jego „narzędzia” — jest „drogą Kościoła”, by przypomnieć słowa Jana Pawła II, człowieka mamy i możemy formować.

Korzystając selektywnie z *summarium* Biernatzkiego i komentując przywołane badania, zaczniemy rozpoznawać audiowizualny świat, w którym żyjemy i duszpasterzujemy: „ucieczka” w rozumienie go, by uczyć innych „ucieczki” przed jego presją w rozumienie, ocenę i refleksję nad przekazem i kierującymi nim mechanizmami. A wszystko po to, by być i zostać w pełni wolnym „człowiekiem” i chrześcijaninem we współczesnym świecie.

1. Globalizacja

W dużym stopniu właśnie skomputeryzowane systemy przekazu zacieraają różnice między „masowym” przekazem (pojęcie, które traci swą precyzyjność), a — nazwijmy — „indywidualnym” ich wykorzystywaniem, i prowadzą do globalizacji — zjawiska, które niepokoi... Zwraca się uwagę na zmiany w psychice człowieka (B — s. 34): jednostka ma ogromnie zwiększone możliwości kontaktu z drugimi, działania i „obecności” w świecie informacji, cieszy się nieskrępowaną „wolnością”, co wymaga samodyscypliny, zabuza bezpośrednie relacje z „realnymi” ludźmi, a przecież „oralność”, słowo mówione miało i ma(!) pierwsze miejsce w komunikacji międzyludzkiej, a choć kiedyś poddane technologii druku — paradoksalnie odzyskuje swoje znaczenie we współczesnych technologiach komunikowania, nie zdominowane przez obraz¹⁸. Nadto trzeba przyznać, że badacze formułują różniące się między sobą opinie o psychologicznych — pozytywnych i negatywnych — efektach korzystania z Internetu¹⁹.

¹⁷ Tamże.

¹⁸ Walter J. Ong SJ, *The Presence of the Word. Some Prolegomena for Cultural and Religious History*, New Haven and London, 1967 — intrygujące stwierdzenia o żywym słowie w historii komunikacji, szerzej omówione w swoim czasie — po przysłaniu mi tej pozycji — w: Zdzisław Grzegorski, *Homiletyka kontekstualna*, Poznań 1999, dział III: Wprowadzenie do teorii przekazu homiletycznego, pkt. 2: Misterium słowa, s. 66 nn. Dziś warto sięgnąć do dostępnych już przekładów polskich tego... „mcluhanisty przed McLuhanem”: W. Ong, *Oralność i piśmienność. Słowo poddane technologii*, Lublin 1992; J. Japola, *Tekst czy głos? Waltera J. Onga antropologia literatury*, Lublin 1998.

¹⁹ Cieszy nasza, rozwijająca się polska refleksja teologiczna i obecność w Internecie. Tytułem przykładu: „Wystarczy spojrzeć na polski teren, by sobie uświadomić wielość i różnorodność stron religijnych, zarówno tych w skali mikro — parafii, wspólnot, różnych oddolnych inicjatyw, jak i makro — że wspomnę *Opokę*, *Mateusza* czy portal *Jeżus*. Podobnie jest gdzie indziej. Oficjalne i nieoficjalne strony kościelne rosną jak przysłowiowe grzyby po deszczu. Książka mają swoje domowe strony i duszpasterzują *on-line*. Dziś pewno trudno byłoby już sobie wyobrazić całą obsługę informacyjną i organizacyjną Wielkiego Jubileuszu czy Światowych Dni Młodych bez Internetu. Abp John Foley wręcz o eksplozji wykorzystania Internetu w całym Kościele, do jakiej doszło w roku 2000. Na poły sensacyjną była też informacja, iż sam Papież Jan Paweł II użył ostatnio Internetu, wysyłając za jego pomocą posynodalną adhortację poświęconą Kościołowi w Oceanii.

Szacunkowe dane mówią, że religia obok — przeproszam za sąsiedztwo — pornografii dominuje w sieci. Sąsiedztwo to dowodzi, że Internet jest genetycznie neutralny i jednakowo dobrze

2. Religia

„Kościół miał nikły wkład — a żaden jeśli chodzi o merytoryczne opracowania — w międzynarodową dyskusję nad koncepcją nowego, ogólnego „porządku informacyjnego” (New International Information Order)” — pisał w 1980 roku Robert A. White SJ²⁰. Rychło inni (np. Avery Dulles SJ) ostrzegali, że świeckie media upraszczają, zniekształcają wiadomości związane z religią, chętnie wyolbrzymiają konflikty, a wierni właśnie z nich czerpią informacje o Kościele. Z pewnością wiele od tego czasu się zmieniło, a pastoralisci (i inni) nie tylko analizują dokumenty Kościoła.

Kto w Polsce słucha audycji religijnych, ogląda w telewizji? W jakim stopniu polscy nadawcy kierują się — nazwijmy to — „koniunkturalizmem”, aktualnymi względami politycznymi? Biernatzki w swoim *summarium* (B — s. 88 nn) podaje wyniki badań z lat 90-tych: widzów, słuchaczy przekazów religijnych — a szczególnie ewangelizacyjnych — jest stosunkowo mało, ale względnie łatwych do zdefiniowania. Są to osoby raczej starsze, biedniejsze, mniej wykształcone, „konwencjonalnie religijne”, w większości kobiety, częściej ze wsi. Niemniej ostatnio (2000 rok) „Nagła globalizacja komunikacji i wiele innych wydarzeń ostatnich lat ożywiają zainteresowanie międzynarodową komunikacją, w tym związkami mediów z religią — we wszystkich krajach, ponad granicami państw”²¹.

3. Dzieci

Nasza największa troska, której wyraz znajdujemy i w *summarium* Biernatzkiego (B — s. 59 ns). Temu problemowi uprzednio było poświęcone aż 5 zeszytów „Communication Research Trends”, bowiem o ile w końcu XIX wieku były dla nich przeznaczone bajki i legendy, to elektroniczne media wszystko zrewolucjonizowały, a cho-

służyć może zgorszeniu, jak i zbudowaniu. To metodologiczne założenie, likwidujące wszystkie przed-sądy, jest dla dalszej refleksji bardzo ważne. Nie trzeba jej bowiem — jak to się stało ze sztukami audiowizualnymi i jak to się wciąż dzieje z muzyką rockową — rozpoczynać od egzorcyzmowania. Internet jest instrumentem, neutralnym instrumentem, którego wykorzystanie zależy od tego, kto go weźmie do ręki. (...) — Ku teologii cyberświata... Sensowne posługiwanie się jakimkolwiek instrumentem zakłada jednak posiadanie niezbędnej wiedzy o naturze jego działania i o skutkach, jakie ono może nieść. Ludziom Kościoła, którzy chcą posłużyć się Internetem w głoszeniu Dobrej Nowiny, nie może jednak wystarczyć sama znajomość sieci, konieczna jest — jak ją nazwał Marek Robak — *teologia cyberświata*. I to jest ta druga strona medalu. Praktyka (w Polsce) wyprzedziła, i to znacznie, teologiczną refleksję nad zjawiskiem komunikowania przez Internet. Niewiele jest prób podjęcia tej refleksji... w teologicznej perspektywie...” — Ks. Andrzej Draguła, „Więź”, 2001/1 — również w „Czytelnik” OPOKI. A także np. *O Panu Bogu w telewizji* pod red. Leona Dyczewskiego OFMConv, Częstochowa 1996; Andrzej Baczyński, *Telewizja w służbie ewangelizacji*, Kraków 1998; Marek Robak, *Zarzućcie sieci*, Warszawa 2001. Może też... *Media w kulturze*, „Zeszyt Instytutu Edukacji Narodowej”, Lublin 2000 nr 7.

²⁰ Robert A. White, *The Church and the new international information Order*, „Communication Research Trends”, 1980/1.

²¹ Ostatnio — w skali międzynarodowej — zauważa się chęć kolektywnego badania więzi religii z mediami (choć instytucje religijne z swojego punktu widzenia, świeckie zaś swojego...), tak by zrozumieć, dlaczego i w jaki sposób „społeczna siła”, jaką jest religia, podejmuje interakcję z inną „siłą” — mediami komunikacyjnymi: Paul A. Soukup SJ, *Media and Religion*, „Communication Research Trends”, 2002/2 s. 29–30.

dzi głównie o dzieci w wieku 6 do 14 lat, kiedy to budzi się w nich samoświadomość osobowościowa i tworzy się model postępowania na wzór osób dorosłych — wychodzenie z podległego starszym dzieciństwa i uczenie się obcowania w większych społecznościach, a obcowanie z grupą rówieśniczą nabiera większego znaczenia, tak jak i wykorzystywanie wolnego czasu, kiedy stają się „konsumentami”, zostają poddane audiowizualnej presji i zaczynają korzystać z Internetu. Atrakcyjne programy wciągają je w akcje herosów i zapraszają pozornego w nich uczestnictwa i identyfikacji. Dziecko zaś nie tyle kopiuje ich działanie i naśladuje ich cechy, ile tworzy własną wersję wydarzeń i wzorców nadając im swoje własne sensy i rozwiązania ukazanych sytuacji i problemów. W rezultacie widzą i przeżywają akcje i zachowania innych „super dorosłych” dzieci w formie nierealistycznych wzorów postępowania — bez wskazań i odniesienia do realnej rzeczywistości.

Naukowcy każą się niepokoić podsuwanymi im zachętami do agresywnych zachowań, nawet seksualnych (wizualnie najczęściej w Internecie — w innych mediach raczej poprzez subtelną treść dialogów), a chodzi nie tyle o jawną pornografię, ile o promocję swobody i rozwiązłości, traktowanie seksu jako „prywatnej sprawy”, przy czym nastolatki często tam znajdują źródło swych informacji o nim (statystyka amerykańska z r. 1998: 29% badanych). Zaczyna dominować swoisty „sensualizm” w popkulturze, ogarnia także muzykę lubianą przez młodzież. Nie bez znaczenia jest wprowadzanie ich w „kulturę konsumeryzmu” — konsumpcyjną obsesję dorosłych. Co gorsze: prawie nie ma napomknięć o religii, a jeśli, to jako o czymś marginalnym. Oczywiście trudno w tym względzie precyzyjnie wypośrodkować, w jakim stopniu jest to wpływ audiowizji, a w jakim samej rodziny, szkoły czy grupy rówieśniczej. Sama zaś agresja obserwowana w przekazach dla dzieci budzi niepokój głównie o uczenie postaw i zachowań agresywnych, zobojętnienie wobec przejawów przemocy i pogłębianie uczucia strachu, by nie stać się ich ofiarą. Biernatki wspomina o szkolnych programach w różnych krajach (B — s. 61), ukazujących działania agresywne i ich konsekwencje podsuwając sugestie właściwych zachowań.

Agresja w programach dla dzieci budzi powszechne obawy, a szczególnie gry komputerowe z coraz bardziej realistyczną animacją, poprzez które gracz oswaja się z nią, bywa „nagradzany” za umiejętne jej stosowanie, przed czym przestrzega się i w polskich badaniach²². Oczywiście — by nie wylewać dziecka z kąpielą! — jest z pewnością więcej i gier, i programów, które mają ogromne, pozytywne znaczenie dla rozwoju dzieci i młodzieży.

Rekapitulując znów trzeba powiedzieć, że potrzebne jest aktywne „pośredniczenie” rodziców, dorosłych co — jak wskazują badania — ma znaczący wpływ na interakcję dzieci i młodzież z przekazem masowym. Lecz tu „zdania uczonych są podzielone”: na czym ma polegać ta „mediacja” — „pośredniczenie”? Mówią: rozmowa, dyskusja rodziców z dziećmi o programie czy to podczas jego emisji, czy po niej, okazjonalnie. Wyróżniają: aktywną mediację — tj. rozmowę, ale „neutralną”, bez ewaluacji?? A tak

²² Maria Braun-Galkowska, Iwona Ulfik, *Zabawa w zabijanie — Oddziaływanie przemocy prezentowanej w mediach na psychikę dzieci*, Warszawa 2000; *Oddziaływanie „agresywnych” gier komputerowych na psychikę dzieci*, red.: Aleksandra Gała, Iwona Ulfik, Lublin 2000.

bywa, gdyż samym rodzicom brak kryteriów oceny. Bać należy się tylko „restryktywnej mediacji”, potępień, bezdyskusyjnych anatem, bez umotywowania! Cenna, lecz trudna jest mediacja jako „współoglądanie”, dająca wiele pozytywnych efektów, kiedy to w dialogu z młodszymi można ich wiele nauczyć, subtelnie podsunąć uwagi wychowawcze, prowokować do myślenia i krytycznego, samodzielnego odbioru, choć i sygnalizuje się obawy o zarażanie ich różnymi własnymi idiosynchrazjami, stereotypami, jednak — z braku rozumienia medialnych wytworów ludzkiej inwencji i wyobraźni — traktowaniem na równi z dzieckiem imaginacji filmowych jako „realnych” obrazów życia!

Piszący te słowa ma niejaką satysfakcję: było, i było o tym²³. Niemniej — *last not least* — patrzmy, co ostatnio o tym mówią.

4. „Wychowanie medialne”

Tak brzmiałoby tłumaczenie terminu angielskiego (*media education*, ostatnio używanego zamiennie z *literacy* — „umiejętność czytania... mediów”). Jeszcze się nie znalazło, nie upowszechniło polskie określenie. Może: „pedagogia masowego przekazu” — przekład określenia niemieckiego, którym w swoim czasie się posłużyłem²⁴. Biernatzki uważnie analizuje publikowane pozycje w ciągu ostatnich dwudziestu lat (B — s. 73–83) relacjonując je wokół najczęściej podejmowanych problemów. Zauważa się, że u podstaw szeregu wypowiedzi tkwi wyraźny *z a m y s ł p e d a g o g i c z n y*, chęć rozwinięcia kompetencji w zakresie *literacy* — umiejętności analizowania tak formy, jak i treści przekazu, by obywatele stawali się jego „refleksyjnymi”, aktywnymi, krytycznymi jego odbiorcami²⁵. A więc chodzi nie tylko o młode pokolenie! To winien być trwały proces uczenia się krytycznego odbioru, bowiem grozi nam, że zaprzężeni do pracy w reklamie psychologowie i artyści uczynią z nas konsumentów myślących tak, jak tego pragną producenci (acz samo wyeliminowanie reklam nie obroni nas przed „kultem konsumeryzmu”), podobnie ma się z twórcami i odbiorcami rozrywki. Słusznie się stwierdza, że każde medium, nie wyłączając Internetu, ma „pola minowe” dezinformacji, „pólinformacji” a nawet fałszu. Te zaś, których treść jest nasycona emocjami, mogą mieć większą siłę perswazji niż argumenty racjonalne. Trzeba o tym wiedzieć i pamiętać, a zdolność „czytania”/odbioru winna rozwijać tak jednostka, jak i środowisko rodzinne. W wypadku reklam przestrogi idą jeszcze dalej: „sztuka” reklamowania motywuje potrzebę zakupu kojarzeniem produktu z trwałymi wartościami, cenionymi przez ludzi, kojarzy go z postępem, równością między jednostkami, wolnością itp. Niektórzy naukowcy utrzymują, że reklama zaczyna wpływać na nasz światopogląd i hierarchię wartości zajmując miejsce tradycyjnie przypisywane sztuce i religii.

²³ Zob. przypis 2, a także 1, który już samym tytułem! — przed laty... — sygnalizował problem i podsuwał rozwiązania: DIALOG RODZINNY — FORMACJA I KOREKTURA WPLYWU MASOWEGO PRZEKAZU...

²⁴ Zob. przypis 1.

²⁵ Bp Adam Lepa — za innymi — spośród kształtowanych przez wychowawców preferowanych postaw: postawy krytycznej, postawy selektywnego odbioru i postawy twórczej aktywności, akcentuje wartość tej ostatniej: bp Adam Lepa, *Media a postawy*, Łódź 2002 s. 109.

Rozwijające się techniki fotograficzne — w tym ruchome telewizyjne i filmowe obrazy, z lub bez towarzyszącego tekstu słownego — pozwalają tworzyć „wizualną symbolikę” jako główny element różnorodnej perswazji manipulującej obrazem, przy czym „ruchomy obraz”, często wspomagany komputerową manipulacją, stał się czymś najbardziej wiarygodnym. Oslupiały widz dochodzi do wniosku, że „niemożliwe jest... możliwe”. W rezultacie my sami „konstruujemy sobie rzeczywistość” — oczywiście w kontekście uwarunkowań determinujących nasz odbiór przekazu — i stanowimy segment odbiorców, którzy zwłaszcza pragną reportaży, bo „chcą widzieć”, jak „tam naprawdę było”.

Zbyt daleko prowadziłyby przywoływanie badań, które śledzą, kto tworzy ten „segment odbiorców” i jakie motywy nimi kierują, czym dla nich jest to „naprawdę”, jak z tego, co widzą, słyszą, omal „dotykają, smakują, wachają” konstruują sobie oraz rzeczywistości. To właśnie z prezentowanej nam symboliki wizualnej tworzymy sobie wyobrażenie o tym, co się dzieje w świecie i obok nas. A cynicy podpowiadają: „im bardziej krwawo, tym ciekawiej”, a programy telewizyjne kojarzą się z wołaniem starożytnych: *Punem et circenses!* Nawet alarmują: „Przemożny wpływ na polskie gusta ma estetyka bazarowa”²⁶.

Nikt nie kwestionuje, że rozrywka jest wartością samą w sobie. Toteż ona — najczęściej w formie „sztuki” (teatralnej i innej) stała się typowym fenomenem cywilizowanych społeczeństw, różnym od elementów ludycznych w pierwotnych rytach i obrzędach. Gorzej, że także rozrywka ze swą siłą oddziaływania staje się elementem różnorodnych form przekonywania, perswazji, a jej bezrefleksyjność jest mile widziana przez pewne kręgi polityków i grup społecznych. Humor ma wielką siłę oddziaływania — typowe oddziaływanie przez przyjemność. Łatwo nim manipulować umacniając ksenofobie, ośmieszając ludzi, idee, wartości, „obiektywizując” i „oswajając” z różnymi zachowaniami seksualnymi itd.

Niezależnie od świadomych manipulacji rozrywką, właśnie ludyczność jest ważnym elementem pedagogii masowego przekazu, bowiem jej treści bywają nie do przyjęcia dla większej czy mniejszej populacji odbiorców — pobudzając i inspirując działając jako stymulatory różnych zachowań: „Stymulacja wydaje się być najważniejszym motywem poszukiwania rozrywki przez jednostki. Ich głównym celem jest osiągnięcie i utrzymanie najwyższy stopień podniecenia albo aktywności.” — „Seksualne wątki należą do najsilniejszych bodźców podniecających, jakie można znaleźć”. W rezultacie seks, przemoc i horror odgrywają ważną rolę w masowej rozrywce na różny sposób „podniecając” i najbardziej niepokojąc wychowawców. Dlatego głównym zadaniem wychowawcy „jest rozwijanie w młodym człowieku dostatecznego zaufania do siebie i dojrzałego krytycyzmu w osądzaniu treści przekazu, z jaką się spotka, gdy go przy nim nie będzie”, a ponieważ telewizja jest dominującą formą przekazu w dzisiejszej kulturze, toteż ona jest pierwszorzędym przedmiotem refleksji i pedagogii (B — s. 79).

Niemniej naukowcy są ostrożni w precyzowaniu, co i jak, w jakim stopniu wywiera największy wpływ, bowiem kontekst społeczny, interakcja osób i wartości tworzy siatkę skomplikowanych wpływów, trudnych do uchwycenia i dokładnego zanalizo-

²⁶ Mirosław Pęczak, *Zalotnicy parobka*, „Polityka”, 2002/15.

wania, choć wszyscy uznają, że wpływ mediów jest niepodważalnym faktem. W jednej z najnowszych prac autorka pisze, że książka „jest rezultatem wielu lat wykładów na tematów skutków oddziaływania mediów. Masowe media naprawdę wywierają różne skutki. Natomiast wielu naukowców nie chciałoby im przypisywać roli jedyne- go czy podstawowego czynnika zmian w społeczeństwie, za to na pewno masowa komunikacja jest czynnikiem czy katalizatorem różnorodnych przeobrażeń i przemian w ludziach i instytucjach”²⁷.

William E. Biernatzki SJ w swoim *summarium* (B — s. 121–125) konkluduje: „Nawet jeśli nauka ma trudności w precyzyjnym rozliczeniu związków między przyczynami i skutkami, to wpływ mediów na nasze życie i życie naszych dzieci jest tak potężny, że każdy z nas jest odpowiedzialny za dokształcenie siebie samego i mające w swej opiece dzieci, poznać działanie mediów na tyle, na ile to możliwe, by kontrolować ich wpływ, a nie być... przez nie manipulowanym!” — A jakie wytycza perspektywy?

Przypomina, że panuje powszechne przekonanie o potrzebie pogłębiania rozumienia świata audiowizji, w którym żyjemy, a jest to główne zadanie pedagogii masowego przekazu i instytucji, pisma, które prowadzi. Ważnym jej komponentem jest problematyka moralna, trudna zaś ze względu na widoczny relatywizm i pragmatyzm współczesnej refleksji filozoficznej. Nadto jak pogodzić pluralizm i tolerancję z tym, co obserwujemy? — oto dylemat nie rozwiązany. Należałoby go oczekiwać od filozofów i teologów. Rodzice i wychowawcy, zaniepokojeni oddziaływaniem przemocy, seksu, trywializacja religii, propagowaniem konsumeryzmu itp. — w dobie nie spotykanego w historii tak gwałtownego rozwoju środków przekazu — oczekują pomocy. Niepokoi konwergencja wielu zjawisk, globalizacja, co pośrednio czy bezpośrednio wpływa na życie społeczeństw i jednostek.

A bardziej szczegółowo: na kształt życia rodzinnego wpływają m.in. szczególnie (czy tylko?) komercyjne kanały telewizyjne rozbudzaniem apetytów konsumpcyjnych, zdobywaniem pieniędzy omal za wszelką cenę mnożąc problemy wychowawcze, a nawet rozłamy. Z kolei „romantyczne” historie wzbudzają nierealistyczne oczekiwania w stosunku do przyszłych małżonków, relacji rodzice–dzieci itp., co mnoży konflikty rodzinne, bowiem trudno uniknąć ich bezkrytycznej konfrontacji z rzeczywistością. Na to nakładają się efekty zrozumiałym zafascynowaniem komputerem i ograniczeniem międzypersonalnej komunikacji w rodzinie, wzmaganie się poczucia samotności i nastrojów stresowych. Dodajmy: „Nie było w telewizji, to widocznie nierealne i nieważne”, a tak bywa z wątkami religijnymi, konsekwentnie zanikającymi w myśleniu przeciętnego widza/słuchacza. Powstają „mury ignorancji”, rozpowszechnia się sekularyzm. Tylko ci, którzy czują się „wolni od mediów”, mogą z nich swobodnie, twórczo korzystać. Zauważalne „fundamentalizmy” religijnych środków przekazu tylko pogłębiają zniekształcenia obrazu religii w mediach.

Co robią w tej sytuacji ludzie Kościoła, czy pamiętają o nakazie: *Idąc nauczajcie wszystkie narody...?* — kończy swój przegląd badań ostatnich 20 lat. Rozpoznawanie świata audiowizualnego i refleksja pastoralna, pedagogia masowego przekazu są nieodzowne.

²⁷ Elizabeth M. Perse, *Media effects and Society*, NJ/London 2001 s. IX.

Niech będzie wolno zakończyć... *Modlitwą wychowawcy* Janusza Korczaka:

Nie niosę Ci modłów
Długich o Boże (...)
Daj dzieciom dobrą dolę,
Daj wysiłkom ich pomoc,
Ich trudom błogosławieństwo.
Nie najłatwiejsza prowadź
Ich drogą,
Ale najpiękniejszą²⁸.

NOTA

Zainteresowany problematyką Czytelnik — poza tropami wskazanymi w przypisach — z pewnością dotarłby do takich źródeł, sięgnąłby po takie teksty, jak: pouczenia Magisterium Kościoła (kolejne orędzia na Świtowe Dni Społecznych Środków Przekazu, szczególnie np. *Rodzina wobec środków przekazu społecznego*, specjalne przesłania papieskie, np. *Media i wychowanie* do Katolickiej Unii Prasy włoskiej, wskazania Papieskiej Rady ds. Środków Społecznego Przekazu — ostatnio *Etyka w środkach społecznego przekazu*, relacje i enuncjacje Komisji Episkopatów Europy ds. Mediów), społeczne akcje w Polsce typu zbiorowych protestów (Zróbcie coś z tym — boimy się o swoje dzieci. Przemyskie matki walczą z przemocą w mediach, „Biuletyn KAI”, 2001/24), sympozja (np. Media zagrożeniem dla ewangelizacji? Sympozjum publicystów katolickich w warszawskim seminarium, „Biuletyn KAI”, 2000/45; Smutny obraz mediów. Sympozjum Koła Naukowego WSD w Płocku, „Biuletyn KAI”, 2001/47), sięgnię do *Karty Etycznej Mediów* i interwencji Rady Mediów itd.

ANEKS

*Rodzinny przewodnik korzystania z mediów*²⁹ Konferencja Katolickich Biskupów Stanów Zjednoczonych

Drugi Sobór Watykański określił media jako „cudowne dary” od Boga, ale także uznał, że te dary nie zawsze będą błogosławieństwem, w zależności od tego, jak zostaną użyte. Wpływ mediów ciągle się wzmacnia, w miarę jak sieć komputerowa i Internet dodają silnych i łatwo przyswajalnych, nowych znaczeń znanym formom komunikacji masowej, takim jak druk, telewizja, radio, film, video, telefon i usługi kablowe.

Z wystarczająco silnym wpływem na jednostkę, zmieniają się w sieci multimedialne, które stopniowo stają się coraz bardziej istotne w życiu codziennym ludzi.

²⁸ J. Korczak: *Modlitwa wychowawcy*. W: *Pisma wybrane*. T. 4. Warszawa 1986 s. 286.

²⁹ *Family Guide for Using Media*, USCC Committee for Communications:
www.nccbuscc.org/comm/familyguide.htm

Media są tak znaczącą częścią naszego życia, że aby rozpoznać ich wpływ, musimy zatrzymać się i rozważnie zastanowić się, jak kształtują nasze życie i co przekazują. Inteligentne korzystanie z mediów może zapobiec ich dominacji i zamiast tego umożliwić nam ocenianie mediów według naszych standardów.

W ten sposób nawet wiele przekazów, nieustannie docierających do nas z różnego rodzaju mediów, z których treścią nie możemy się zgodzić, nie zaszkodzi nam. Mogą nawet zostać obrócone na naszą korzyść poprzez pogłębienie naszego pojmowania i wyrażania tego, w co wierzymy. Ważnym zadaniem rodziców jest pouczanie własnych dzieci o wpływie mediów, odpowiedzialne za nadzorowanie, jak z nich korzystają, również bycie wzorcem właściwego ich wykorzystywania.

Korzystanie z mediów wymaga dokonywania moralnych wyborów. Oto dziesięć rodzajów działań i postaw, które mogą poprowadzić rodziców jako użytkowników mediów umocnienia chrześcijańskich wartości:

Poszanowanie życia. Przy ocenie mediów rodzice powinni zadać sobie pytanie, czy życie jest ukazane jako cenny dar od Boga? Czy seksualność jest powiązana z całokształtem życia? Jak przedstawiany jest akt umierania? Czy powoływanie życia ukazywane jest jako coś przypadkowego i bez moralnych konsekwencji?

Poszanowanie jednostki i rodziny. Indywidualne jednostki ludzkie są obiektem poszanowania życia. Każda osoba posiada wrodzoną godność, bowiem jesteśmy stworzeni na obraz i podobieństwo Boże. Każdy z nas znajduje swoje znaczenie, cel i tożsamość w rodzinie i w pełnych wiary i poprawnie ułożonych relacjach. Zapytajmy się, czy media, z których korzystamy, szanują ludzką godność. Czy szanują trwałe zobowiązania w obrębie małżeństwa i rodziny? Czy ten szacunek jest zachowany nawet w programach rozrywkowych czy satyrycznych? Czy wykorzystywanie kogoś, prześladowanie, czy lekceważenie jakiegokolwiek grupy ludzi jest dozwolone a nawet promowane? Czy okazuje się szacunek dla różnorodności kultur? Czy media gloryfikują postawy takie jak nadmierny konsumpcjonizm, rozwiązłość albo inne sposoby wykorzystywania osoby, uprzedzenia lub przemoc?

Kierowanie się wartościami ewangelicznymi. W podejmowaniu wyboru mediów rodzice powinni kierować się Pismem Świętym, prawdami wiary chrześcijańskiej oraz zasadami moralnymi. Zadajmy sobie pytanie, czy media, z których korzystamy, podkreślają znaczenie nadprzyrodzonego, ludzkiego przeznaczenia przekraczającego ramy tego życia, naszego obowiązku przebaczenia i potrzeby zyskiwania go dla siebie. Czy współczucie, pojednanie, dziękczynienie i odpowiedzialność moralną są afirmowane?

Bądź inteligentny. Niezależnie od tego, jak jakieś media wydają się być dobre jako rozrywka czy użyteczny program, nie powinny być przyjmowane bezkrytycznie i bezmyślnie. Większość mediów, mniej lub bardziej subtelnie, przekazuje moralne przesłanie. Zastanów się, jakie etyczne standardy one stosują. Co obrazują i dlaczego? Co mówią o egzystencji człowieka? Jak to się odnosi do chrześcijańskiej wiary i moralności? Jeśli coś wydaje się szokujące, to czy jednak przekazuje jakieś wartości? Czy komedia jest szczerą rozrywką czy czymś poniżającym? Jak ty i twoja rodzina reagujecie na wybrane media? Czy z nich macie jakiś pożytek?

Prowadź dialog. Zbyt często wszyscy traktujemy media, w szczególności telewizję i film, jako jednostronną, „monologową” komunikację. Miej zwyczaj traktowania telewizji, filmu i innych mediów jako zachętę do dialogu. Gdy media chcą być interaktywne, nawiąż dialog. Gdy tak nie jest, sam nawiąż kontakt z lokalnymi stacjami czy gazetami, aby pochwalić bądź skrytykować je za pomoc wychowawczą dla rodziców lub jej brak. Można też kontynuować dialog w kręgu rodzinnym. Na przykład, teatr telewizji może zachęcić was do zadawania sobie nawzajem pytań: „Co ty byś zrobił lub powiedział w takiej sytuacji? — Dlaczego?”

Ustal własny program. Mass media, szczególnie programy informacyjne, mają tendencję do kształtowania opinii publicznej. Mówią nam, które wydarzenia zasługują na naszą uwagę; uwypuklają pewne postaci oraz społeczne i polityczne opcje. Pamiętaj o tym! Zastanawiaj się, czy ukazują naprawdę ważne wydarzenia? Czy słuchasz rzeczy naprawdę ważnych dla ciebie i twojej rodziny? Wybieraj media, które zaspokajają twoje potrzeby, a nie tylko bezmyślnie przeglądaj informacje. Pomóż swoim dzieciom wybrać dobry program zamiast „skakania” po kanałach i programach.

Spójrz na konsekwencje. Jeśli chodzi o film czy teatr telewizji, zadaj sobie pytanie: „Co powinno się dalej zdarzyć?”. W prawdziwym życiu wydarzenia mają swoje konsekwencje. W telewizji albo w filmie konsekwencji nie ma, chyba że one wpływają z fabuły. Pomóż dzieciom rozpoznać różnicę między fikcją, fantazją a prawdziwym życiem, szczególnie jeśli to dotyczy przemocy, aktywności seksualnej i niemoralnego stylu życia, a nie mają widzialnych oznak oceny.

Ogarnij całość przekazu. Bądź świadom skutków odbierania wiadomości cząstkowych czy stronicznych. Żaden ośrodek komunikowania nie może dostarczyć nam wszystkich szczegółów. W szczególności Internet oferuje bez selekcji szeroki zakres informacji. Ty i twoje dzieci musicie wykorzystać różnorakie źródła medialne, aby uzyskać informacje o świecie, w którym żyjemy. Podczas korzystania z mediów bądź przygotowany do zadawania sobie pytań, jakie aspekty życia zostały zaniedbane, jakie tematy zostały zignorowane, czy stronniczość i manipulacja miały w tym swój udział.

Uważaj na efekty reklamy. Reklama i media są ściśle ze sobą powiązane. Reklamodawcy potrzebują mediów, aby przekazywać swoją wiadomość. Większość mediów jest wspierana przez reklamę. Rodzice muszą zadać sobie pytanie, czy ich rodziny konsumują to, czego potrzebują, czy też to, co narzucają im media. Jak pomagacie swoim dzieciom unikać bycia manipulowanym przez reklamodawców? Czy ty i twoja rodzina bierzecie pod uwagę rady ewangeliczne przy podejmowaniu konsumenckich decyzji?

Rozmawiajcie ze sobą. Człowiek jest ważniejszy niż rzeczy. Korzystanie z mediów powinno pomóc budować rodzinną wspólnotę wiary jako źródła, które pomoże członkom rodziny zapominać o sobie a myśleć o drugich. Zapytajcie siebie, czy wasz rodzinny sposób korzystania z mediów łączy czy izoluje członków rodziny od siebie. Jak wasze korzystanie z mediów może ulepszać rodziną komunikację i wzbogacać wasze rozmowy? Poszukajcie sposobów, jak zrównoważyć zainteresowanie mediami z innymi czynnościami rodzinnymi.