

MICHAŁ KONRAD MAŁEK

**ANTYWYCHOWAWCZA FUNKCJA ROZRYWKOWYCH
MEDIÓW MŁODZIEŻOWYCH WYZWANIEM
KATECHETYCZNYM**

*Anti-educational function of youth entertainment media
as a catechetical challenge*

W XXI w. nie sposób mówić o procesie kształtowania osobowości w kompletnym oderwaniu od mediów. Kryzys wychowawczy obejmuje tradycyjnie pojmowaną rodzinę, ale również szkołę, która stopniowo przestaje kształtować postawy wychowanków i nakierowana zostaje jedynie na wąsko pojmowaną specjalistyczną edukację. Zanik poczucia odpowiedzialności za życie swoje i innych osób, egoizm i utylitarne nastawienie do życia sprawiają, że rodzina coraz mniej uwagi poświęca kształtowaniu osobowości i postaw młodzieży. Rolę rodziców, a także Kościoła jako wychowawcy młodych pokoleń coraz częściej usurpują sobie przekazy medialne. Powyższe przyczyny sprawiają, że rozrywkowe media młodzieżowe odgrywają istotną rolę w procesie wychowania swoich odbiorców i konieczna jest naukowa refleksja nad ich fenomenem.

Celem niniejszej pracy jest przedstawienie antywychowawczej funkcji rozrywkowych mediów młodzieżowych, przybliżenie cech psychicznych ich adresatów oraz ukazanie, że katecheza może przeciwdziałać antywychowawczej roli tych mediów.

1. Cechy rozwoju psychofizycznego młodzieży

Aby refleksja obecna w niniejszej pracy była pełniejsza konieczne jest odwołanie się do dorobku nauk psychologicznych. Media młodzieżowe, bowiem mają bardzo specyficznych adresatów. Z tego powodu konieczne jest dostrzeżenie cech rozwoju psychofizycznego młodzieży

gimnazjalnej i ponadgimnazjalnej, ponieważ to do nich głównie adresowane są rozrywkowe media młodzieżowe.

Wiek gimnazjalny przypada na 13-16 rok życia. W psychologii okres ten jest zwany wczesną adolescencją lub wiekiem dorastania¹. W okresie tym wykształcają się nowe formy działania charakterystyczne dla ludzi dorosłych, następuje wzmożony rozwój intelektualny. Religijność jest traktowana w sposób coraz bardziej autonomiczny². Psychologia rozwojowa wyróżnia 3 fazy okresu dorastania. Fazę negatywną, charakteryzującą się pewnym niepokojem i zwrotem do wewnątrz. Druga faza to poszukiwanie wzorców życiowych tzw. idealizm młodzieńczy, trzecia natomiast to faza pozytywna zwrotu do świata zewnętrznego, kształtowanie światopoglądu i postaw życiowych³. Dlatego w tym okresie szczególnie ważne wydaje się dostarczanie pozytywnych wzorców wzmacniających potrzeby psychiczne młodego człowieka i uodparniające go na natłok negatywnych bodźców zewnętrznych.

Emocjonalność w tym okresie charakteryzuje się labilnością. Sfera uczuciowa dominuje nad innymi dziedzinami życia psychicznego⁴. Brak stabilizacji emocjonalnej sprawia trudności rodzicom i wychowawcom. Przyjaźń, zrozumienie, dobre metody wychowawcze pomagają w osiągnięciu dojrzałości emocjonalnej i stabilizacji uczuciowej. Należy pamiętać, że w tym okresie kształtują się przeżycia estetyczne, głównie za sprawą mass mediów. Młodzież zwraca uwagę na sposób ubierania się, interesuje się literaturą i muzyką. Chętnie wybiera swoich idoli, nie zawsze akceptowanych przez dorosłych. W tym okresie życia rozwijają się i kształtują zainteresowania, jak podkreśla St. Kulpaczyński ich rozwój jest związany z sytuacją rodzinną

¹ S. Kulpaczyński, *Psychologia rozwojowo-wychowawcza nie tylko dla katechetów*, Lublin 2009, s. 151.

² M. Wolicki, *Charakterystyka psychologiczna okresu gimnazjalnego*, [w:] *Katecheza dziś*, red. J. Zimny, Sandomierz 2002, s. 13.

³ S. Kulpaczyński, *Psychologia rozwojowo-wychowawcza nie tylko dla katechetów*, Lublin 2009, s. 152.

⁴ R. Łapińska, M. Żebrowska, *Wiek dorastania*, [w:] *Psychologia rozwojowa dzieci i młodzieży*, red. M. Żebrowska, Warszawa 1979, s. 713.

i środowiskową gimnazjalistów, wymaganiami szkoły oraz własnymi uzdolnieniami⁵. Pojawia się zainteresowanie różnymi dziedzinami nauki, sztuki i sportu oraz problematyką religijną. Jednak część młodzieży nie posiada żadnych zainteresowań i prowadzi konsumpcyjny styl życia. Oczywiście jest to grupa najbardziej narażona i podatna na oddziaływanie mediów młodzieżowych. Zdaniem J. Mastalskiego większość takiej młodzieży wywodzi się ze środowisk patologicznych⁶. Szkoła powinna wykorzystywać ten etap życia do kształtowania postaw i wychowywania muzycznego, plastycznego i ekologicznego, w czym niezwykle pomocni powinni być katecheci. Cywilizacja konsumpcji niestety wypiera potrzebę sztuki. M. Brzana przytacza słowa H. Reada „Wypiera się sztukę nie tylko z programów nauczania, lecz także z psychiki młodzieży”. Autor uważa, że za to płaci całe społeczeństwo, gdyż tworzy się cywilizacja „brzydkich przedmiotów i nieszczęśliwych istot ludzkich”⁷. Należy wykorzystywać ten wiek, by świadomie pomóc wykształcić godną osobę, pomóc młodemu człowiekowi w odnalezieniu właściwej drogi życia. Szczególna jest tu rola katechetów, stąd powinni mieć świadomość, że jest to okres, w którym może dojść do załamania życia religijnego.

Psychologia rozwojowa wyróżnia trzy fazy życia religijnego młodzieży⁸. W fazie pierwszej młody człowiek interesuje się życiem religijnym zarówno teoretycznie, jak i praktycznie. Może nastąpić wzmocnienie religijności, czemu sprzyja przygotowywanie się do sakramentu bierzmowania. Jednak w fazie drugiej może nastąpić załamanie życia religijnego, dzieje się tak, ponieważ u młodzieży pojawia się rozdźwięk między nakazami etycznymi a własnymi pragnieniami.

⁵ S. Kulpaczyński, *Psychologia rozwojowo-wychowawcza nie tylko dla katechetów*, Lublin 2009, s. 163.

⁶ J. Mastalski, *Pedagogika zagrożeń wychowawczych wśród uczniów szkół gimnazjalnych*, [w:] *Wychowanie młodzieży w średnim wieku szkolnym. Część I: wychowanie ogólne*, red. J. Stala, Tarnów 2007, s. 410.

⁷ Cytat za S. Kulpaczyński, *Psychologia rozwojowo-wychowawcza nie tylko dla katechetów*, Lublin 2009, s. 174.

⁸ S. Kulpaczyński, *Psychologia rozwojowo-wychowawcza nie tylko dla katechetów*, Lublin 2009, s. 177.

Jeżeli w tym okresie zostaną popełnione błędy wychowawcze młody człowiek będzie szczególnie podatny na oddziaływanie grupy rówieśniczej i mass mediów. W fazie trzeciej wraca się do odbudowy tradycyjnej religijności lub jej przebudowy i wtedy wytwarza się własna, naiwna, indywidualna. Niestety nie da się wyróżnić wyraźnej cezury dla poszczególnych faz, ponieważ każdy przechodzi je indywidualnie. Jednak katecheta powinien o nich wiedzieć, by odpowiednio reagować i poprzez swoje działania uodparniać młodego człowieka na czasy postmodernizmu i relatywizmu moralnego, których przejawem są media młodzieżowe.

Okres adolescencji obejmuje również młodzież ponadgimnazjalną i to dla niej nadaje np. MTV. Życie intelektualne młodzieży staje się intensywne i bogate⁹. Młodzi ludzie tworzą teorie polityczne, literackie i społeczne. Mają skłonność do stawiania pytań egzystencjalnych i metafizycznych. Potrafią pasjonować się nauką. Może pojawić się u nich kryzys religijny. W tym wieku pojawiają się plany życiowe. Jest to okres, kiedy rozwija się uwaga dowolna, a zmniejsza mimowolna. Młody człowiek staje się aktywny w sposób świadomy i celowy. Jednak jego nastawienie może być pozytywne albo negatywne np. może powodować konflikty w rodzinie lub środowisku rówieśniczym. U młodzieży wierzącej wolę wzmacnia sakrament pokuty, rozwój woli kształtujący się w sposób prawidłowy daje szansę na rozwój wyższych wartości np. miłości. St. Kulpaczyński widzi tu szczególną rolę odpowiednio dobranych wzorców osobowych¹⁰. Dlatego młodzież powinna być w tym okresie wspierana i motywowana do rozumnego, zgodnego z wartościami planowania własnego życia.

Podstawową grupą społeczną w tym wieku jest klasa szkolna. Głównie poza domem rodzinnym dokonuje się rozwój uspołecznienia. Młodzież chętnie zrzesza się w różne organizacje, ponieważ pozwalają one realizować wybrany styl życia. Niestety nie zawsze są

⁹ I. Obuchowska, *Adolescencja*, [w:] *Psychologia rozwoju człowieka T. II*, red. B. Harwas-Napierała, J. Trepała, Warszawa 2001, s. 173.

¹⁰ S. Kulpaczyński, *Wartość wzorców osobowych w wychowaniu młodzieży*, „Pedagogika katolicka” 1: 2008 nr 2, s. 71-86.

to organizacje pozytywne, często są to gangi, a przystająca do nich młodzież powiększa patologię. Ta podatność młodego człowieka na przekazywane treści i łatwość z jaką można kształtować jego upodobania czyni go atrakcyjnym odbiorcą. Młodym, nieukształtowanym jeszcze człowiekiem jest łatwo manipulować. Szczególnie ważne jest wykorzystanie tej cechy rozwoju psychofizycznego, by młodzieży przekazywać prawdę o godności osoby ludzkiej i czynić ją odporną na pseudowartości. Jest ona bystrym obserwatorem i widzi rozbieżność między głoszonymi hasłami a postępowaniem starszego pokolenia. Zdaniem Kulpaczyńskiego łamanie podstawowych zasad dotyczących modelu rodziny, publiczne gloryfikowanie związków homoseksualnych i ich legalizacji w prasie i telewizji wprowadza zamęt moralny¹¹. Warto wykorzystać ten okres w życiu człowieka, by pomóc mu wykształcić właściwy system wartości. Znakomitym lekarstwem, które pomoże uodpornić na wszechobecny relatywizm i apoteozę konsumpcyjnego stylu życia może stać się religia. Jest to czas w życiu człowieka, kiedy kształtuje się autentyczna religijność oparta na prawdzie i szczerości i zgodna z wewnętrznymi zasadami danej osoby¹². Jest ona ciągle aktualizowana i dostosowywana do zmieniających się realiów życiowych. Z. Chlewiński podkreśla, że wtedy kształtuje się tzw. jednocząca filozofia życia, która scala osobowość i pozwala radzić sobie z problemami osobistymi i zewnętrznymi¹³. Dzięki temu, że młodzież uzyskuje autentyczną religijność łatwiej może zrozumieć sens życia. Według P. Mąkosy na Mszę świętą w każdą niedzielę uczęszcza 48% polskiej młodzieży¹⁴. W religijności młodzieży jest wielka szansa na właściwe wychowywanie młodych ludzi. Warto zaznaczyć za Kulpaczyńskim, że oczekują oni, iż katecheza będzie

¹¹ S. Kulpaczyński, *Psychologia rozwojowo-wychowawcza nie tylko dla katechetów*, Lublin 2009, s. 208.

¹² S. Kulpaczyński, *Psychologia rozwojowo-wychowawcza nie tylko dla katechetów*, Lublin 2009, s. 213.

¹³ Z. Chlewiński, *Religijność dojrzałq (szkic psychologiczny)*, [w:] *Wybrane zagadnienia z psychologii pastoralnej*, red. Z. Chlewiński, Lublin 1989, s. 27.

¹⁴ P. Mąkosy, *Wybrane parametry religijności polskiej młodzieży na początku XXI w.*, „Roczniki Teologiczne” 55: 2008 z. 6, s. 212.

poszerzała problemy młodzieży i chcą, by problemy wiary przedstawiać jako coś istotnego i niezbywalnego w życiu człowieka oraz poznać jak praktycznie zasady wiary wprowadzać w życie¹⁵. Według młodzieży katecheta powinien umieć nawiązać kontakt, być dobrym pedagogiem i psychologiem, a nawet mieć poczucie humoru¹⁶.

Współczesne zagrożenia dla młodych ludzi przybierają często formy zależne od osiągnięć cywilizacyjnych, głównie technologicznych: mobbing, stalking, zagrożenia Internetu, działalność grup typu PONTON. Tylko znajomość psychiki młodego człowieka i znajomość współczesnych zagrożeń, w których się obraca może pomóc wychowawcom oraz rodzinom (jeśli same nie stanowią patologii) właściwie wychować młodzież i uodpornić ją na zagrożenia cywilizacyjne. Właściwa katecheza i edukacja medialna to jedne z dróg, które pomagają zredukować zagrożenia płynące z mass mediów.

2. Młodzieżowe media rozrywkowe i ich wpływ na wychowanie

Chociaż specjaliści wymieniają różne funkcje mediów masowych, to do ich podstawowych funkcji należą: informacyjna, rozrywkowa i edukacyjna, zwana inaczej wychowawczą¹⁷. Funkcja rozrywkowa mass mediów wymieniana jest przez wszystkie klasyfikacje, często w rozumieniu potocznym funkcja ta wyprzedza pozostałe.

Sposób życia w rozwiniętych cywilizacyjnie państwach pociąga za sobą jednoczesne zwiększenie poziomu stresu i czasu wolnego od pracy¹⁸, co wiąże się ze zwiększonym zapotrzebowaniem na rozrywkę, zaspokajaną przez media. Zjawisko to dotyczy również młodzieży, która w czasie wolnym od zajęć szkolnych zazwyczaj może nie pracować.

¹⁵ S. Kulpaczyński, *Psychologia rozwojowo-wychowawcza nie tylko dla katechetów*, Lublin 2009, s. 197.

¹⁶ S. Kulpaczyński, *Psychologia rozwojowo-wychowawcza nie tylko dla katechetów*, Lublin 2009, s. 200.

¹⁷ A. Lepa, *Pedagogika mass mediów*, Łódź 2007, s. 46.

¹⁸ Często może być to iluzoryczne, ponieważ aktywne zawodowo osoby wykonują w domu inne prace np. domowe.

Media i przekazy o charakterze rozrywkowym oprócz swojej podstawowej funkcji również kształtują postawy ludzi, stanowią pole ideologicznych sporów, manipulacji i propagandy¹⁹. Ich charakter ułatwia odbiorcom przyswajanie w sposób bezrefleksyjny występujących tam zideologizowanych treści. Przekaz wartości jest jedną z podstawowych cech wychowania osoby ludzkiej. Media pełnią ważną funkcję społeczną, która m.in. polega na przekazywaniu wartości w komunikatach dotyczących różnych zjawisk. Na skutek odbioru przekazu może dojść do utrwalenia lub modyfikacji postawy dotyczącej danego zjawiska. Rozrywka staje się więc nośnikiem przekazywanych treści²⁰. Oczekiwania odbiorców związane z zaspokajaniem ważnej potrzeby rozrywki często powiązane są z postulatami przyjemności dla samej przyjemności, pustej, niedającej nic osobie ludzkiej. Należy zaznaczyć, że moralny aspekt spędzania czasu wolnego pozwala wymienić trzy indywidualne funkcje, które ma spełniać w życiu człowieka: odpoczynek ściśle wiążący się ze zmęczeniem fizycznym, rozrywka przy znużeniu intelektualnym oraz własny rozwój kulturalny²¹.

Prasa oraz media audiowizualne posiadają najbardziej pedagogiczny, najsilniej oddziałujący na osobę ludzką charakter. Prasa jest jednym z najbardziej dostępnych mediów, jej atrakcyjność potęguje możliwość wielokrotnego korzystania i przekazywania egzemplarzy innym użytkownikom. Cechuje ją wysoka skuteczność oddziaływania na postawy i poglądy odbiorców. Do tekstu pisanego można wrócić, oddać się refleksji nad jego treścią. Według biskupa Adama Lepy prasa jako medium najlepiej nadające się do celów wychowawczych powinno być szeroko wykorzystywane w pedagogii²².

Najbardziej popularnym medium jest telewizja. Jej atrakcyjność i dostępność sprawiają że może w bardzo istotny sposób oddziaływać na zmianę postaw i sposobów myślenia odbiorców. Telewizja

¹⁹ Tamże, s. 48.

²⁰ M. Ejsmont, B. Kosmalska, *Media, Wartości, Wychowanie*, Kraków 2010, s. 183.

²¹ T. Ślipko, *Zarys etyki szczegółowej*, Kraków 2009, s. 413-418.

²² A. Lepa, *Pedagogika mass mediów*, Łódź 2007, s. 61-64.

posiada największą gamę programów i pozwala zaspokoić odbiorcom potrzebę rozrywki²³.

Media chociaż mogą wpływać pozytywnie na postępowanie poszczególnych osób, jak i całych społeczności (np. przez uświadamianie społeczeństwu niedoli niektórych grup społecznych, edukację czy też uwrażliwianie), mogą również mieć destrukcyjny wpływ na psychikę człowieka.

Klasyfikacja mediów ze względu na wiek odbiorców wyróżnia również media młodzieżowe tzn. takie, których adresatami są głównie osoby młode, o nie w pełni ukształtowanej osobowości i światopoglądzie.

Media rozrywkowe to z kolei te media, których główną funkcją jest zaspokajanie w człowieku potrzeby rozrywki. Badania i różnego rodzaju zestawienia dowodzą, że polska młodzież obojga płci najchętniej czyta prasę rozrywkową²⁴. Niestety jest to prasa, która przekazuje najmniej wartości lub nie przekazuje ich wcale.

Należy zaznaczyć, że młodzież poprzez różnego rodzaju zabawy i gry podlega procesowi socjalizacji, tzn. przystosowuje się do ról społecznych, które będzie pełnić w trakcie późniejszego, dorosłego życia. Wychowawcy lub osoby odpowiadające za młodzieżowe media rozrywkowe powinni w sposób świadomy i odpowiedzialny podchodzić do poruszanej tematyki. Istnieje potrzeba korelacji treści publikowanych w młodzieżowych mediach rozrywkowych z przekazywanymi przez rodzinę, szkołę i wychowawców. Ciągłość procesu wychowawczego, który w normalnych warunkach musi obejmować również czas wolny od pracy i zadań szkolnych, nie może być zakłócana przez negatywne oddziaływania mediów. W innym razie dana osoba może odejść od przekazywanych jej przez otoczenie postaw moralnych i etycznych²⁵, na te obecne w mediach. Natomiast

²³ Tamże, s. 84-89.

²⁴ M. Ejsmont, B. Kosmalska, *Media, Wartości, Wychowanie*, Kraków 2010, s. 157.

²⁵ E. Tomczyk, *Negatywne oddziaływanie mass mediów na zachowanie jednostki*, w; J. Plis, A. Mamcarz (red.), *Media jako wyzwanie wychowawcze*, Radom 2010, s. 211-215.

w przypadku występowania u danej osoby negatywnych postaw, mogą one zostać dodatkowo wzmocnione poprzez kontakt z niektórymi młodzieżowymi mediami rozrywkowymi.

Obecny rynek czasopism młodzieżowych uległ silnej homogenizacji. Przed rokiem 1989 wydawane w Polsce czasopisma dziecięce i młodzieżowe silnie przestrzegały kategorii wiekowych i w pewien sposób towarzyszyły człowiekowi na poszczególnych etapach życia. Wydawano czasopisma dla dzieci najmłodszych, które nie potrafią jeszcze czytać, dominowały w nich ilustracje jedno i wielobarwne np. „Miś”. Czasopisma dla siedmio i ośmiolatków np. „Płomyk”, dla osób w wieku od 8 do 12 lat np. „Płomyk” oraz kierowane do dwunasto i piętnastolatków np. „Świat Młodych”. Ponadto występowały młodzieżowe czasopisma popularnonaukowe np. „Horyzonty Techniki”²⁶. Po 1989 r. w związku z likwidacją RSW „Prasa – Książka – Ruch” przeobrazeniu uległ cały rynek wydawniczy w Polsce. Czasopisma rozrywkowe kierowane do młodzieży to głównie mutacje zachodnich tytułów, których nie interesuje wychowywanie polskiego odbiorcy, a ich nakłady dalece przewyższają rodzime czasopisma. Po zestawieniu poszczególnych czasopism młodzieżowych i wydawców można stwierdzić, że czasopisma wydawane przez kapitał zagraniczny zazwyczaj zawierają w sobie dość niską rozrywkę, poruszając tematykę kultury masowej, mody i urody, a tytuły rodzime starają się również wychowywać i edukować odbiorców²⁷.

Tematyka młodzieżowych pism rozrywkowych oscyluje dookoła życia gwiazd kultury masowej, porad dotyczących ubioru i dbania o urodę. Obecne są fotorelacje, komiksy fotograficzne, horoskopy i różnego rodzaju psychotesty.

Prowadzone jest również poradnictwo w sprawach życia uczuciowego i erotycznego, czym pisma wprost deprawują nieletnich, ponieważ odpowiedzi wykazują swoistego rodzaju zrozumienie dla „problemów” młodych dziewcząt i chłopców. Publikowane są w nich suche fakty, bez żadnego powiązania sfery płciowości ze sferą etyki

²⁶ M. Ejsmont, B. Kosmalska, *Media, Wartości, Wychowanie*, Kraków 2010, s. 30-31.

²⁷ Tamże, s. 157.

i odpowiedzialnością. Jeśli np. trzynastolatka spyta się o możliwe formy antykoncepcji, uzyska odpowiedź. Nie występują próby odwiedzenia nastolatek od zbyt wczesnego rozpoczynania życia płciowego lub wychowanie ich do wstrzemięźliwości w celu późniejszego szczęśliwego życia rodzinnego. „Mimo, że podczas intymnych pieszczot istnieje niewielka szansa na zajście w ciążę, lepiej jednak uważać”²⁸ ostrzega odbiorców ginekolog dr Lucyna w dziale „SOS wszystko o uczuciach i zdrowiu”. W czasopiśmie BRAVO w dziale ‘Wasze sprawy’ występuje rubryka „Mój pierwszy raz...”, w którym młode dziewczęta opisują przeżycie pierwszych kontaktów seksualnych.

Ta swoistego rodzaju „edukacja” seksualna, w praktyce oznacza rozsiewanie zgorzenia poprzez sztuczne rozbudzanie potrzeb, a także manipulację polegającą na wprowadzeniu w umysły odbiorców świadomości, że wszyscy dookoła wcześniej rozpoczynają kontakty seksualne. Dla młodych osób grupa rówieśnicza jest zazwyczaj wielkim autorytetem.

Tego rodzaju czasopisma stanowią również dowód na coraz większą dominację obrazu nad słowem w kulturze. Znikoma ilość tekstu i duża ilość obrazów zbliża je do tzw. magazynów ilustrowanych. Obecna w nich jest specyficzna forma wyrazu tzw. komiks fotograficzny, obrazkowa historia lub foto story²⁹. W tak specyficznym komiksie warstwa słowa zostaje ograniczona do minimum, które jest niezbędne, aby zrozumieć treść³⁰. Komiksy występujące w młodzieżowych mediach rozrywkowych różnią się od zwyczajnych, ponieważ warstwa wizualna nie składa się z rysunków, ale z serii fotografii.

W młodzieżowych mediach rozrywkowych obecna jest również manipulacja. Stosowane techniki to głównie ingracjacja oraz fragmentacja³¹.

²⁸ TWIST nr 10/2012 s. 66.

²⁹ M. Ejsmont, B. Kosmalska, *Media, Wartości, Wychowanie*, Kraków 2005, s. 335-337.

³⁰ A. Lepa, *Funkcja logosfery w wychowaniu do mediów*, Łódź 2008, s. 78.

³¹ A. Lepa, *Pedagogika mass mediów*, Łódź 2007, s. 122-123.

Ingracjacja to podkupywanie odbiorcy, zaskarbianie sobie u niego szczególnych względów, sympatii itp. Rozbudowany system kontaktów z czytelnikami, swoistego rodzaju stanie po ich stronie na przekór rodzicom i wychowawcom poprzez wytworzenie się silnych więzi z odbiorcą ułatwia oddziaływanie na młode, nieukształtowane jeszcze umysły. Właśnie dlatego szkoła w młodzieżowych czasopismach rozrywkowych przedstawiana jest jako instytucja stojąca na przeszkodzie możliwości dobrej rozrywki. „Staraliśmy się naprawdę! Tańczyliśmy o brzasku dookoła wielkiego ogniska. Uruchomiliśmy wszystkie kontakty z szamanami doktoryzowanymi w zakresie zatrzymania czasu. na nic to. Zaraz musicie ruszyć do budy. Ale spróbujcie poszukać w tym pozytywów. Spotkacie kumpli z klasy, przez cały wrzesień będziecie opowiadać sobie wrażenia z wakacji...”³² można przeczytać we wstępniku do czasopisma POPCORN.

Fragmentacja polega natomiast na wybiórczym ukazywaniu rzeczywistości, pomijane są te aspekty, które nie odpowiadają manipulatorowi. Długotrwałe stosowanie tej techniki doprowadza do dezorientacji osób oraz całych społeczeństw w sprawach bardzo istotnych. W młodzieżowych mediach prowadzi do zawężenia obszaru zainteresowań oraz kształtowania stylu życia w oparciu o np. wzorce czerpane z życia idoli kultury masowej. Jak wspomniano wcześniej dlatego też wstrzeźliwość w kwestiach seksualnych w młodzieżowych mediach rozrywkowych praktycznie nie występuje. Chociaż często poruszana jest tematyka związków, to pomijana jest odpowiedzialność oraz zakładanie rodziny. Kwestie sfery nadprzyrodzonej nie występują w ujęciu innym niż ezoteryka np. poprzez dodawanie do pism różnego rodzaju dodatków, jak talizmany itd. oraz obowiązkowe występowanie działu z horoskopami.

Analiza słów używanych w młodzieżowych mediach rozrywkowych w kategoriach odcuciowych udowadnia, że treść dotyczy głównie spraw przyjemnych, wprawiających człowieka w dobry nastrój³³. Słowo „miłość” nie odnosi się do sfery duchowej lub uczuciowej,

³² POPCORN nr 9/2012 s. 1.

³³ M. Ejsmont, B. Kosmalska, *Media, Wartości, Wychowanie*, Kraków 2010, s. 188.

zazwyczaj dotyka jedynie sfery fizycznej. Wybór partnera lub partnerki przedstawiany jest tam, jak poszukiwanie dodatku do kreacji lub sposób na poprawienie sobie samooceny. Dodatkowo promuje się wizerunek mężczyzny jako prymitywnego samca, który musi pozostawać w relacji intymnej ze swoją partnerką, ponieważ nie może zapanować nad popędami. Według młodzieżowych czasopism rozrywkowych związku, w które wchodzi odbiorcy powinny mieć przede wszystkim podtekst erotyczny. Seks staje się wyznacznikiem samorealizacji i kreatywności, a także efektem popularności. Nie ma w nim odpowiedzialności, ani nawet właściwie pojętej miłości. Wstrzemięźliwość nie występuje. Im dziewczyna lub chłopak bardziej popularny, tym więcej spojrzeń przyciąga i ma więcej partnerów seksualnych.

Tematyka szkoły i edukacji praktycznie nie jest poruszana w ujęciu innym niż żartobliwe.

Niezwykle jednorodne przedstawianie tematów obecnych w młodzieżowych czasopismach rozrywkowych sprawia, że horyzonty ich odbiorców nie poszerzają się. Wyznacznikiem jakości życia mogą stać się: życie gwiazd i kwestie erotyczne. Infantylizacja treści, brak wprowadzania w świadomość odbiorców nowych zagadnień oraz niezwykle prosty język stosowany w tych czasopismach, nie prowadzi do rozwoju odbiorców. Płaszczyzna wychowawcza obecna w mediach rozrywkowych staje się antynomią wychowania, a promowane treści mogą doprowadzić jedynie do siania zgorzenia. Takie wytwarzanie konsumpcyjnego społeczeństwa ma na celu wychowanie terażniejszych odbiorców rozrywkowych czasopism młodzieżowych na przyszłych odbiorców i czytelników pism również infantylnych czasopism kierowanych już do dorosłych.

Według Joanny Papuzińskiej istnieją trzy funkcje prasy dziecięcej i młodzieżowej: kształtowanie poglądów i postaw odbiorcy, bezpośrednie wyzwalanie aktywności czytelnika oraz zaspokajanie bieżących potrzeb wychowawczych³⁴. Natomiast wg Bolesława Niemierko media mają wartość pedagogiczną, gdy pod ich wpływem rozwój

³⁴ J. Papuzińska, *Wychowawcza rola prasy dziecięcej*, Warszawa 1972, s. 56.

konkretnego człowieka odbywa się w kierunku wartości społecznie aprobowanych³⁵. W związku z płynącym z postmodernizmu postulatem relatywizmu moralnego oraz zmianą stylów życia i ideałów wychowania niektórzy badacze akcentują pluralizm współczesnego społeczeństwa poprzez wysuwanie teorii jakoby współcześnie należało mówić o socjalizacyjnych funkcjach prasy młodzieżowej, ponieważ pojęcie to jest znacznie szersze³⁶. Jednak socjalizacja jako proces mający na celu przygotowanie do późniejszego pełnienia określonych ról społecznych nie może przebiegać w oderwaniu od wartości nadrzędnych. Proces ten musi uwzględniać dobro wychowanka lub odbiorcy młodzieżowych mediów rozrywkowych. Tymczasem wychowanie odbiorców młodzieżowych czasopism rozrywkowych ma na celu głównie stworzenie przyszłych odbiorców i czytelników równie infantylnych czasopism kierowanych już do dorosłych. Młodzieżowe media rozrywkowe odgrywają istotną rolę w całym systemie prasowym, ponieważ wyrabiają w odbiorcy nawyk kupowania oraz czytania (lub przeglądania) prasy, a także przygotowują go również do szukania określonych treści³⁷. Przygotowany lub raczej urobiony w ten sposób rynek zbytu nastawiony jest na niskie wartości.

Pozornie kształtowanie poglądów i postaw odbiorcy, bezpośrednio wyzwalanie aktywności czytelnika oraz zaspokajanie bieżących potrzeb wychowawczych, czyli funkcje prasy młodzieżowej są wypełniane przez media rozrywkowe. Jednak wartości obecne w młodzieżowych mediach rozrywkowych podyktowane są zasadami pełnego relatywizmu moralnego i oderwane od wielkiego autorytetu Kościoła katolickiego. Zdają się nie uwzględniać faktu, iż młodzież w procesie wychowania potrzebuje pomocy osób już ukształtowanych, które przeprowadzą ją przez burzliwy okres wieku dorastania.

³⁵ B. Niemierko, *Jak badać pedagogiczną wartość mediów?*, w: W. Strykowski (red.), *Media a edukacja*, Poznań 1998, s. 185.

³⁶ M. Ejsmont, B. Kosmalska, *Media, Wartości, Wychowanie*, Kraków 2010, s. 56.

³⁷ M. Lisowska-Magdziarz, *Barbie wyrusza do pokonsumpcji (i nie ma przy sobie gotówki). Trening postaw konsumpcyjnych w magazynach ilustrowanych dla dzieci*, w: M. Bogunia-Borowska (red.), *Dziecko w świecie mediów i konsumpcji*, Kraków 2006.

Nawet z uwzględnieniem żądań pluralizmu społecznego nie można uznać, że treści tych periodyków zawierają w sobie materiał wychowawczy. Wzory i treści tam prezentowane nie przyczyniają się do integralnego rozwoju odbiorców. Wreszcie, aby uznać wychowawczy charakter młodzieżowych mediów rozrywkowych należałoby przyjąć, że w zdrowo rozumianym wychowaniu mogą być obecne techniki manipulacji. Wychowanie jest procesem, który musi prowadzić do wszechstronnego oraz integralnego rozwoju osoby ludzkiej. Osoba wychowanka i jego dobro stanowią główny przedmiot wychowania.

Oprócz prasy wielkim rynkiem młodzieżowych mediów rozrywkowych są media audiowizualne. W telewizji publicznej występują tylko nieliczne programy kierowane do młodzieży, większość z nich posiada charakter edukacyjny. Największym medium młodzieżowym o charakterze rozrywkowym jest stacja MTV (skrót od Music Television). Chociaż stacja należąca do MTV Networks w teorii jest stacją muzyczną, to obecnie muzyczne teledyski stanowią jedynie część ramowego programu. Obecne są publicystyczne programy dotyczące głównie stylów ubioru i nowinek z życia gwiazd muzyki pop. Oprócz tego obecne są prymitywne programy o charakterze komediowym takie jak np. serial Jackass (z angielskiego osioł, bałwan). Ten program rozrywkowy stanowi serię różnorodnych, często niebezpiecznych i niezwykle obrzydliwych popisów grupki aktorów. Jego popularność sprawiła, że nakręcono dwie kinowe wersje: Jackass – świry w akcji” oraz „Jackass Number Two”. Dodatkowo na kanwie popularności serialu powstały inne programy tego typu, takie jak „Wildboyz”. W programie obecne były wątki masochistyczne oraz okaleczanie ludzi – bohaterowie często występowali razem ze zwierzętami i wprost prowokowali je do agresywnych zachowań. Na antenie pokazywano ponadto sceny, które powinny wywołać obrzydzenie we wszystkich normalnych odbiorcach, obecne były motywy picia wydzielin ciała zwierząt oraz ludzi, fekalia i triki mogące spowodować kalectwo. Przed każdym odcinkiem emitowano informację o niebezpieczeństwach mogących grozić naśladowcom treści zamieszczonych w programie. Jednak na całym świecie powstały

młodzieżowe grupy naśladowców aktorów, które umieszczały swoje filmy w Internecie.

MTV emituje ponadto różne programy animowane takie jak np. kontrowersyjni Przerysowani (Drawn Together), często obrazoburczy South Park czy Happy Tree Friends. Te seriale animowane kierowane są do widzów dorosłych. Bohaterami program Happy Tree Friends (w polskim tłumaczeniu dostępny jako „Przyjaciele z wesołego lasu”) jest grupka zwierzątek, konwencja rysowania wydaje się być niezwykle infantylna i przeznaczona dla najmłodszych, jednak fabuła każdego odcinka (a raczej krótkiej animacji) polega na wciągnięciu bohaterów w ciąg przyczynowo – skutkowy, który doprowadza do niezwykle krwawych i bolesnych śmierci części lub wszystkich bohaterów. Pomiedzy poszczególnymi częściami nie ma ciągłości logicznej, ponieważ bohaterowie, którzy giną w jednym filmie są obecni w kolejnych. Nie występują dialogi, dźwięki wydawane przez postaci to głównie wrzaski przerażenia i bólu, a wszystkie słowa wypowiedane w programie są niewyraźne. Bohaterem, którego można najłatwiej zrozumieć jest Lumpy – niebieski łoś, który w jednym z odcinków na skutek przygniecenia przez drzewo odcina sobie nogę siekierą. Jedna ze scen pokazuje, jak bohater kruszy sobie kość przy użyciu kamienia, potem kadr oddala się i widz dowiadyuje się, że niezdarne bohater wybrał złą kończynę. W ostatniej scenie płaczący Lumpy rozpoczyna amputację drugiej nogi przy użyciu spinacza biurowego.

Oprócz tego na MTV istnieje cała seria różnorodnych programów typu reality show. Należy wyliczyć m.in. Wanna Come In? Zakochaj się w Tili Tequila, Zakochaj się w Rikki i Vikki, Paris Hilton – kumpela na zabój oraz Szał Ciało.

Wanna Come In? to specyficzny program reality show, w którym główny bohater – niepewny siebie chłopak poinstruowany przez specjalnego trenera, idzie na randkę. Jego celem jest poprowadzenie spotkania towarzyskiego tak, aby na koniec programu być zaproszonym do domu dziewczyny (lub innego chłopaka, w programie często pojawiały się wątki dewiacji). W trakcie randki uczestnikowi spotkania przydzielane są określone zadania, wykonanie ich powoduje, że

zdobywa dodatkowe pieniądze. Jeśli wygra program razem z trenerem zyskuje całą pulę.

Uczestnicy programu „Zakochaj się w Tili Tequila” to 16 heteroseksualnych mężczyzn oraz 16 homoseksualnych kobiet. Wykonując różnego rodzaju upokarzające zadania np. jedzenie surowych organów zwierząt, mają za zadanie wkupić się w łaski i zdobyć „miłość” głównej bohaterki programu, amerykańskiej modelki i blogerki, rzekomo biseksualnej Tili Tequila. Serial był tak popularny, że doczekał się wydania drugiej edycji.

Na jego kanwie powstał również program „Zakochaj się w Rikki i Vikki”, w roli głównych bohaterek wystąpiły biseksualne bliźniaczki Erica Mongeon i Victoria Mongeon. Chociaż liczba uczestników wyniosła 12 mężczyzn i 12 kobiet, to poszczególne zadania, jak i sama fabuła nie różniła się zbyt od „Zakochaj się w Tili Tequila”. W większości odcinków między uczestnikami dochodziło do znacznych sporów, kłótni i obelżywych uwag.

Promowane zjawiska to: seks bez zobowiązań, brak poczucia własnej wartości oraz swoisty rodzaj kultu jednostki, polegający na wykonaniu każdego zadania głównej bohaterki lub bohaterek programu. W tych programach surowo piętnowano jedynie bezpośrednią napaść fizyczną na drugiego uczestnika oraz każdą formę krytyki upodobań seksualnych osób biseksualnych oraz homoseksualnych. Programy tego typu promują wśród młodzieży dewiacje seksualne oraz sytuacjonizm moralny.

„Paris Hilton – kumpela na zabój” to kilkusezonowy program reality show. Główną bohaterką jest tytułowa amerykańska celebrytka Paris Hilton. W każdej edycji eliminuje uczestników programu: heteroseksualne kobiety i homoseksualnych mężczyzn, aby w rezultacie wybrać jednego, który stanie się jej „najlepszym przyjacielem”

Uczestniczkami programu „Szał ciał” są kobiety, które muszą przewidzieć jak trzech mężczyzn oceni poszczególne partie ich ciała. Jeśli odgadną ocenę, zdobywają pieniądze. Na koniec programu kobiety muszą przewidzieć w jakiej kolejności pod względem atrakcyjności fizycznej uszeregują się mężczyźni. Popularność programu sprawiła, że doczekał się nawet edycji polskiej.

W nowszych programach reality show typu „Ekipa z New Jersey” nie występuje żaden cel. Ich bohaterami jest grupa ludzi, którzy spędzają wakacje na przygodnych kontaktach seksualnych oraz imprezach. Program ten zdobył ogromną popularność, wydano kilka sezonów oraz różnych wersji w tym wersję Polską „Ekipa z Warszawy”. Jego uczestnicy stali się celebrytami i idolami młodzieży.

Programy reality show nadawane na MTV niszczą godność ludzką, ponieważ pokazują uczestników jak pewnego rodzaju towar, który eliminuje się z programu, jeśli nie pasuje głównemu bohaterowi. Już ta pobieżna analiza uwidacznia ogromną ilość treści seksualnych. Aby mogła wystąpić przyjaźń damsko – męska koniecznie jedna ze stron musi być homoseksualna, w przeciwnym razie koleżeństwo musi przerodzić się w niezobowiązujące kontakty seksualne. Wreszcie związki homoseksualne przedstawiane są na równi z heteroseksualnymi.

Należy zaznaczyć, że specyficznie wygląda w nich również rola kobiet. Z jednej strony promowanie jest postawa „kobiety wyzwolonej”, jako lepszej od tradycyjnego modelu ról społecznych, z drugiej zaś przydatność kobiety uzależniona jest od wyglądu fizycznego. We wszystkich nich dominuje spojrzenie utylitarne, losy poszczególnych osób uzależnione są od kaprysów głównych bohaterów.

Tytułowi bohaterowie otaczani są kultem, atmosferę tę potęguje scenografia np. Paris Hilton dokonując selekcji uczestników siedzi na znajdującym się na podwyższeniu tronie, w dłoni ściska coś na kształt berła. Uczestnicy stoją niżej niż ona, do ostatnich chwil nie wiadomo, kto odpadnie, a kto będzie mógł grać dalej. Jeśli jakiś z uczestników obrazi ją, pozostali są oburzeni i przerażeni. W następnych odcinkach dochodzi do niszczenia jego wizerunków np. obrzucano farbą zdjęcie gracza. Również poszczególne zadania są upokarzające np. jedzenie surowych organów zwierząt. Uczestnicy zachęceni są do niezdrowej rywalizacji, istnieje donosicielstwo. Między graczami nie ma żadnego poczucia solidarności lub postawy braterstwa. Nagradzane są jedynie najgorsze zachowania. Dobre wzorce w tych programach w ogóle nie istnieją, moralność jest ośmieszana, a całe życie kreowane jest na grę, w której nie ma żadnych reguł.

Niektóre z programów emitowanych w młodzieżowych mediach rozrywkowych posiadają oznaczenia informujące, że treści w nich zawarte, nie są odpowiednie dla osób niepełnoletnich. Dowodzi to tezy o infantyilizacji dorosłych i całej kultury³⁸. Jednak sama konwencja danej stacji jak np. MTV poprzez treści stanowiące mieszankę muzyki popularnej, plotek z życia gwiazd i programów, w których bohaterami są ludzie młodzi zdaje się celować właśnie w niedojrzałego odbiorcę. Wiadomo, że starsze dzieci chętniej wybierają programy przeznaczone nie dla ich grupy wiekowej³⁹. Nawet dla dorosłych osób programy, które wyżej przedstawiono niosą zagrożenia, dla młodego odbiorcy z nieukształtowanym krytycznym podchodzeniem do przekazów medialnych, ryzyko jest tym większe. Programy tego typu w istotny sposób pobudzają zainteresowanie kwestiami erotycznymi, dodatkowo promują negatywne wzorce. Istnieje uzasadnione podejrzenie, że ekspozycja na tego typu treści doprowadza do uniewrażliwienia odbiorcy na problemy otaczających ludzi, zwiększa odczuwanie leku oraz powoduje szybsze rozpoczęcie życia seksualnego względem wcześniejszych pokoleń⁴⁰. Największym zagrożeniem jest niewątpliwie ryzyko przyjęcia lansowanych przez rozrywkowe media młodzieżowe systemów wartości.

W młodzieżowych mediach rozrywkowych dziwny jest też wizerunek rodziny. W programie „Made” bohaterem każdego odcinka jest nastolatek, który w istotny sposób pragnie zmienić swoje życie. Rodzice zwykle są antypatyczni, zazwyczaj nie wierzą, że ich dziecku uda się zmienić negatywne nawyki.

Bardzo rzadko również pokazywane są rodziny pełne. Każda edycja programu „Nastoletnie ciążę” i „Nastoletnie matki” opowiada o nastolatkach, które zaszły w ciążę. W podsumowaniu poszczególnych edycji prowadzący wypytuje bohaterki o formy antykoncepcji,

³⁸ M. Bogunia-Borowska, *Infantyilizacja kulturowa. Adolescencja dzieci oraz infantyilizacja dorosłych*, w: M. Bogunia-Borowska (red.), *Dziecko w świecie mediów i konsumpcji*, Kraków 2006.

³⁹ M. Ejsmont, B. Kosmalka, *Media, Wartości, Wychowanie*, Kraków 2005, s. 294.

⁴⁰ Tamże, s. 313.

które dla siebie wybrały. Program najbardziej aprobuje „najodpowiedzialniejsze” młode matki i nastolatki, które wybrały antykoncepcję hormonalną. Serial ten pokazuje negatywne następstwo kontaktów seksualnych rozpoczętych w młodym wieku, ponieważ uwidacznia ciężką sytuację życiową młodych matek, problemy ze skończeniem szkoły średniej itd., jednak nie promuje wstrzemięźliwości przedmałżeńskiej. Pomijanie tych istotnych wartości wydaje się nie być spójne, ponieważ celem programu jest zniechęcenie młodzieży do wczesnego rodzicielstwa. Brak komentarza narratora powoduje, że młody widz nie może właściwie ocenić przedstawianych wydarzeń.

W MTV podobnie jak w młodzieżowych czasopismach rozrywkowych prawie nie występuje tematyka sfery nadprzyrodzonej w ujęciu innym niż ezoteryczne. Przymiotniki religijny, uduchowiony zarezerwowane są tam głównie dla nowych grup religijnych o charakterze synkretycznym. Chrześcijaństwo w najlepszym razie traktowane jest jak coś infantylnego (w programie „Paris Hilton – kumpela na zabój” jedna z uczestniczek powiedziała, że nie chciały brać udziału w orgii seksualnej, ponieważ bały się, że pójdzie do piekła. Sytuacja została przedstawiona tak, aby wymienioną bohaterkę ukazać jako niezwykle infantylną.)

Biorąc pod uwagę sposoby finansowania młodzieżowych mediów rozrywkowych logiczny jest brak w nich jakichkolwiek wartości podstawowych, do których specjaliści zaliczają m.in. wartości chrześcijańskie oraz wartości patriotyczne⁴¹. Deprecjonowanie tych wartości oraz promowanie postaw przeciwnych takich jak: moralności antychrześcijańskiej oraz postawy kosmopolitycznej rzutuje wyraźnie na całym procesie wychowawczym. Zjawisko to osiąga rangę wielkiego problemu pedagogicznego naszych czasów i z pewnością wymaga wypracowania odpowiednich modeli wychowawczych w celu przezwyciężenia tego kryzysu. Należy przypomnieć sobie, że wychowanie jest procesem, który wprowadza człowieka w świat wartości. W mediach kierowanych do młodzieży znów muszą zagościć wartości poważne, których przekazywanie i promowanie będzie miało na celu

⁴¹ A. Lepa, *Pedagogika mass mediów*, Łódź 2007, s. 124.

dobro odbiorców danego przekazu, a nie jedynie pozyskanie nowych zwolenników dla określonych treści i płytkich idei.

Jednym z czynników obecnych we wszystkich młodzieżowych mediach rozrywkowych jest zjawisko homogenizacji tzn. mieszania się różnorodnych elementów kultury, z których powstaje coś na kształt lekkostrawnej „papki” w celu łatwiejszego przyswojenia przez odbiorców. Zjawisko to może przybierać różnorodne postaci. W młodzieżowych czasopismach rozrywkowych to np. reklamowanie książki Korczaka, tuż przy filmach opowiadających o miłośkach nastolatków. W mediach audiowizualnych to przede wszystkim popularne adaptacje muzyki klasycznej czy występowanie filmów poważniejszych opowiadających o ciężkim życiu zaraz po lub przed filmami komediowymi.

Skutkiem homogenizacji jest stopniowe zacieranie się hierarchii wartości⁴². Homogenizacja stanowi kolejną antynomię na drodze wychowania, które można rozpatrywać także jako wprowadzanie w świat wartości. Kolejnym zagrożeniem jest przeżywanie przez odbiorców na równi elementów niskiej i wysokiej kultury, a także mylenie imitacji z oryginałem.

Młodzieżowe media rozrywkowe nie posiadają w sobie treści, które ułatwią ich odbiorcom rozumienie specyficznego kodu kulturowego. Chociaż występuje w nich typowo postmodernistyczna pochwała różnorodności, to wszelkie treści są silnie ujednolicone. Za ich pośrednictwem odbiorca nie pozna bogactwa dziedzictwa narodu polskiego, ani żadnego innego państwa, ponieważ media te nie dotyczą tak istotnych zagadnień. Opisują głównie występujące na całym świecie zjawiska kultury masowej, stanowią swoistą apoteozę głupoty i wszelkiego rodzaju negatywnych zjawisk. Nie szanują różnic kulturowych, ponieważ według nich żadna kultura poza popularną nie istnieje.

Powyższa analiza nie byłaby pełna bez uwzględnienia czynnika wzorców przekazywanych w reklamach. Reklamy również stanowią pewną płaszczyznę wychowania i przekazują zazwyczaj negatywne

⁴² A. Lepa, *Pedagogika mass mediów*, Łódź 2007, s. 55-56.

wzorze zachowań⁴³. Młodzież narażona jest na demoralizujące treści poprzez umieszczanie w adresowanych do nich mediach np. nieodpowiednich reklam środków antykoncepcyjnych, suplementów diety stosowanych w antykoncepcyjnej kuracji hormonalnej oraz wielką ilość podtekstów erotycznych. Treści te nie są odpowiednie dla młodzieży, stanowią wprost trening postaw konsumpcyjnych⁴⁴. Wielkim ryzykiem jest fakt, iż reklama chociaż jest kierowana do dzieci i młodzieży emitowana jest jedynie w celu komercyjnym⁴⁵.

Podsumowując zarówno w drukowanych, jak i audiowizualnych mediach rozrywkowych występuje przekaz określonych postaw. Ich oddziaływanie można rozpatrywać jako wychowawcze tylko w odezwaniu od dobra wychowanka. Określone style i wzorce zachowań w nich promowane, w istotny sposób muszą przyczyniać się do postępującego kryzysu rodziny i przyspieszać erozję wartości chrześcijańskich oraz humanistycznych w życiu młodego pokolenia. Przekaz ten nastawiony jest głównie na kreowanie rynku zbytu dla określonych magazynów kierowanych do dorosłych osób oraz wyrabianie w odbiorcach postaw konsumpcyjno-uitylitarnych. W porównaniu do mediów drukowanych – w audiowizualnych występują wyraźne oznaczenia o nieodpowiednich dla młodzieży treściach. Jednak sama linia programowa danych stacji kierowana jest właśnie do młodzieży, w jasny sposób zachęca ją do oglądania nieodpowiednich dla niej programów. Media audiowizualne i drukowane mają niemalże koleżeński stosunek do swoich odbiorców, stojąc w przeciwieństwie do całego procesu wychowania.

Powyższa analiza uwidacznia, że przekaz określonych idei, wzorców i zachowań odbywający się w młodzieżowych mediach rozrywkowych nie może być rozpatrywany inaczej, jak w kluczu

⁴³ M. Ejsmont, B. Kosmalska, *Media, Wartości, Wychowanie*, Kraków 2005, s. 310.

⁴⁴ M. Lisowska-Magdziarz, *Barbie wyrusza do pokonsumpcji (i nie ma przy sobie gotówki). Trening postaw konsumpcyjnych w magazynach ilustrowanych dla dzieci*, w: M. Bogunia-Borowska (red.), *Dziecko w świecie mediów i konsumpcji*, Kraków 2006.

⁴⁵ E. Sanecka, *Manipulacja w reklamie telewizyjnej skierowanej do dzieci i młodzieży*, „Kultura-Media-Teologia”, 2013 (13) nr 3, s. 25.

antwychowania. Bezrefleksyjny charakter tych mediów tylko przyspiesza proces przyswajania i asymilacji antywartości, które podawane są odbiorcy jako lepsze od prawdziwych wartości.

Co ważne media młodzieżowe media rozrywkowe wykorzystują podatność młodzieży na przyswajanie propagowanych wzorców, która została opisana w pierwszej części niniejszej pracy. Nieprzestrzeganie cech psychologicznych młodzieży, a nawet wykorzystywanie ich do propagowania antwychowania stanowi jasne godzenie w dobro własnych odbiorców. Z tego powodu konieczne jest przedsięwzięcie określonych działań, które pozwolą przeciwdziałać negatywnym następstwom odbioru młodzieżowych mediów rozrywkowych.

Młodzieżowe media rozrywkowe z pewnością będą stanowiły wielkie wyzwanie dla katechetyki, pedagogiki mediów i pedagogii. Aby przeciwdziałać roli, którą pełnią we współczesnym świecie, konieczne jest zaangażowanie nie tylko wychowawców, ale przede wszystkim rodziny i samych odbiorców np. poprzez regularne zajęcia z edukacji medialnej, które pozwolą im zrozumieć rolę tych mediów w procesie kształtowania osobowości oraz wyrobią krytyczny stosunek do ich przekazów.

3. Implikacje katechetyczne

Refleksja dokonana w poprzednim punkcie uwidacznia, że młodzieżowe media rozrywkowe propagują postawy moralności antychrześcijańskiej. Z tego powodu konieczne jest zaangażowanie Kościoła katolickiego w przeciwdziałanie ich znacznemu wpływowi na młodzież.

Niezależnie od środowisk i ich ideowych przekonań postuluje się o powrót do świadomego wychowywania młodzieży. Ma to związek z chaosem moralnym w demokratycznych społeczeństwach⁴⁶. Wzrastająca przestępczość nieletnich, alkoholizm, narkomania, pornografia, w tym dziecięca, grupy przestępcze i agresywne zachowanie młodzieży to najbardziej widoczne przejawy niemocy dorosłych

⁴⁶ S. Wielgus, *O odrodzenie wychowania*, [w:] *Katecheza wobec wyzwań współczesności*, red. R. Czekalski, Płock 2001, s. 49.

i klęsk wychowawczych. Mimo ogromnych nakładów finansowych i społecznych wysiłków sukcesy wychowawcze są we współczesnych czasach o wiele mniejsze, niż kiedyś. Sytuacja ta dotyczy rodziny, szkoły, placówek wychowawczych. Obniżył się również stan wiedzy uczniów, co czyni ich podatnymi na każdy atrakcyjny przekaz, niekoniecznie zawierający pozytywne treści. Bp Wielgus podaje, że w wielu publikacjach specjalistów zajmujących się tematyką wychowania pojawia się przekonanie, że 50% młodzieży z krajów zachodnich ma bardzo niską świadomość różnicy między moralnym dobrem i złem⁴⁷. Postępująca degeneracja moralna młodego pokolenia jedno ze swoich źródeł może mieć właśnie w mediach rozrywkowych, które jak wykazano w poprzednim punkcie stanowią przeszkodę w procesie wychowania poprzez propagowanie antywzorców.

Społeczeństwa muszą dołożyć wszelkich starań, aby wyjść z tego kryzysu. Działania szkoły i rodziny powinny zostać uzupełnione o dobre, moralne instytucje, przede wszystkim Kościół oraz organizacje, stowarzyszenia i media. „Jeżeli w tych wszystkich instytucjach będą panowały dobre prawa i obyczaje, to ich wpływ na kształtowanie się dobrych moralnie postaw młodych ludzi będzie bardzo znaczący (...)”⁴⁸.

Młody człowiek powinien mieć potrzebę czynienia dobra i akceptować wewnętrznie takie ideały, które niosą za sobą godność moralną. Młodzieży należy przekazywać moralne postawy i wartości. Jeżeli twórczo nie włączą się rodzice, nauczyciele i wychowawcy w proces kształtowania osobowości wychowanków, to staną się oni podatni na wpływy mediów i wtedy to komercyjne media będą kształtowały przekonania młodzieży zarówno w wymiarze osobowym, jak i społecznym. Jeśli jednak media będą kierowały się jedynie kryterium zysku to w dalszym ciągu ich działalność będzie można uznać za antywychowawczą. Młodzieży należy przekazywać wartości, które ją uodpornią na zło świata, w tym również na przekazy medialne. Ważną rolę mogą odegrać tu katecheci i skutecznie przeciwdziałać antywychowawczemu wymiarowi rozrywkowych mediów młodzieżowych.

⁴⁷ Tamże, s. 51.

⁴⁸ Tamże, s. 62.

Należy uwzględnić tu, że szkolne lekcje religii jak żaden inny przedmiot szkolny dotyczą płaszczyzny wychowania i kształtowania odpowiednich postaw.

Wydaje się właściwe, aby działania katechetyczne i duszpasterskie, których wdrożenie pozwoli przeciwdziałać antywychowawczemu wymiarowi młodzieżowych mediów rozrywkowych skupiły się na:

- działaniach skierowanych do rodziców i wychowawców
- działaniach skierowanych do młodzieży i dzieci
- tworzeniu alternatywnych wobec antywychowawczych młodzieżowych mediów rozrywkowych

Walory wychowawcze katechezy są bardzo duże. Od umiejętności nauczyciela i znajomości zagrożeń jakie niesie współczesna cywilizacja zależy skuteczność kształtowania postaw. Aby ten cel osiągnąć bardzo ważna jest współpraca z rodzicami, ponieważ bez niej działania katechetyczno-duszpasterskie są mało skuteczne⁴⁹. Działania nakierowane na rodziców i wychowawców powinny obejmować stopniowy wzrost kompetencji z dziedziny medioznawstwa i zwracanie ich uwagi na określone problemy. Bardzo często rodzice nie są świadomi, treści jakie obecne są w mediach które odbierają ich dzieci. Kolorowe, infantylne okładki czasopism lub oprawa programów telewizyjnych sprawia że uważają, że ich dzieciom nie może stać się krzywda. Współpraca z rodzicami powinna dotyczyć wszystkich poziomów edukacyjnych, może ona objąć: rozmowy, ale również zapraszanie na organizowane uroczystości szkolne. Dzięki takiej współpracy możliwe jest stworzenie autentycznego środowiska wychowawczego, co jest warunkiem każdego wychowania, głównie religijnego⁵⁰.

Z całą pewnością katecheta może znaleźć miejsce, by apelować do rodziców i uświadamiać im zagrożenia postmodernizmu. Wobec braku edukacji medialnej w szkołach warto wykorzystać możliwość spotkań z rodzicami, by zaznajamiać ich z jej elementami. W edukacji medialnej należy widzieć realną odpowiedź na zagrożenia mediów.

⁴⁹ R. Czekalski, *Konieczność współpracy katechetów z rodzicami*, [w:] *Katecheza wobec wyzwań współczesności*, red. R. Czekalski, Płock 2001, s. 138.

⁵⁰ Tamże, s.

Warto by ją prowadzić dwutorowo – edukować uczniów i rodziców. Warto również podzielić się wiedzą medioznawczą z nauczycielami. W szkole powstała luka, bowiem edukacja medialna nie została wprowadzona do programu nauczania. Młodzi ludzie muszą borykać się sami z zalewem manipulowanych treści, rodzice często nie wiedzą co czytają i czym się zajmują ich dzieci. Pomóc w odnalezieniu właściwego systemu wartości może właśnie katecheta.

Ponieważ w Polsce nie wdrożono edukacji medialnej jako oddzielnego przedmiotu szkolnego, młodzież jest szczególnie narażona na antywychowawcze oddziaływanie mediów. Kościół katolicki jako inicjator wychowania i kształtowania właściwych postaw wobec mediów powinien wdrożyć szeroko zakrojone działania edukacyjno-medialne. Zdaniem specjalistów zajęcia z edukacji medialnej mogą prowadzić odpowiednio przygotowani katecheci⁵¹.

Uwagę uczniów powinno się skupiać na istotnych treściach wiary. Poprzez uświadamianie należy wyrabiać w nich właściwą antropologię i świadomość godności, którą ma człowiek. Ponieważ zostały określone umiejętności i sprawności jakie katechizowany powinien osiągnąć, katecheza włącza się w dzieło kształtowania i wychowywania osoby. W „Deklaracji o wychowaniu chrześcijańskim” (Gravisimum educationis) została podkreślona konieczność integralności wychowania. Założenia szkolnych lekcji religii reagują na te zalecenia, aby wspomagać dzieci w harmonijnym rozwoju zarówno fizycznym, jak i intelektualnym i moralnym. Dopomaga w rozwoju duchowym i społecznym. Obecne czasy są szczególnie trudne i często z założenia antywychowawcze. Trafnie ocenia je bp Wielgus pisząc, że cechą współczesności jest „kompletny relatywizm poznawczy i moralny; skrajny, nieliczący się z dobrem wspólnym, indywidualizm; praktyczny materializm; konsumpcyjny nieopanowany utylitaryzm (...)”⁵². Szczególnie dużo zła przynosi absolutyzowanie własnej

⁵¹ A. Lewek, *Kościół a mediokracja w Polsce*, „Kultura-Media-Teologia”, 2010 (2) nr 2, s. 17

⁵² S. Wielgus, *Chrześcijanin wobec współczesnych wyzwań ideowych*, „Miesięcznik Pastorski Płocki” 86 (2001) 12, s. 549.

wolności i swoista demagogia propagowana przez media masowe, że człowiek ma prawo do całkowitej swobody działań i wyborów w myśl hasła „róbta co chceta”. Można i należy wykorzystywać elementy lekcji religii, aby kształtować i wpływać na wybory młodych ludzi. Współcześnie rodzice bardzo często wychowanie zrzucają całkowicie na szkołę, jednocześnie przyjmując wobec niej postawę roszczeniową. W zasadzie zanika współpraca rodziny, domu i szkoły. Jednocześnie badacze wykazali, że mocny chrześcijański wpływ rodziny na dziecko powoduje, iż takie cechy jak samoświadomość, zaufanie, rozsądek, społeczny optymizm i aktywny instynkt twórczy stają się wyraźne⁵³. Ideały chrześcijańskie, życie według Bożych przykazań, miłość do Boga, stają się skutecznym lekarstwem na współczesny ateizm. Pozwalają przede wszystkim na wychowanie godnego, moralnego człowieka, który potrafi dokonywać właściwych wyborów. Dlatego niezależnie od celów nauczania religii i katechezy powinno się wykorzystywać choć część lekcji, by reagować na współczesne zagrożenia i uczyć na nie młodzież. Można również reagować w sposób pozytywny, wykorzystywać pewne obszary, aby promować wartości i uczyć dokonywania właściwych wyborów. Młodemu człowiekowi można sugerować dobór lektury, w krytyczny sposób dyskutować nad niektórymi programami telewizyjnymi, by uwypuklić ich prawdziwy sens. Nawet można znaleźć czas, by odnosić się do wzorców osobowych, czy raczej antywzorców obecnych w mediach. Wydaje się, że nie jest właściwe udawanie, że nie ma problemu pism w rodzaju „BRAVO GIRL”, natomiast wykazywanie płytkości zawartych tam tekstów uwrażliwi odbiorcę na tego rodzaju media. Podobnie porzuconymi przez rodziców dziedzinami są: wpływanie na kształtowanie postaw politycznych i kształtowanie przekonań religijnych oraz światopoglądowych. Aby proces wychowania był skuteczny musi w harmonijny sposób uwzględniać cały rozwój człowieka, zarówno fizyczny, jak i intelektualny. Również rozwój emocjonalny, moralny i społeczny. Te wszystkie obszary działań są uwzględnione w trakcie szkolnych

⁵³ S. Wielgus, *O odrodzenie wychowania*, [w:] *Katecheza wobec wyzwań współczesności*, red. R. Czekalski, Płock 2001, s. 64.

lekcji religii. Tym samym istnieje pełna możliwość, by w odpowiedni sposób wpływać na rozwój młodego człowieka i przeciwdziałać antwychowawczemu wymiarowi mediów młodzieżowych.

Konieczne jest również tworzenie alternatywnych wobec antwychowawczych rozrywkowych mediów młodzieżowych. Jak wykazano bowiem w artykule media posiadają bardzo silne oddziaływanie na młodych ludzi i z tego powodu wspaniale nadają się jako pomoc w wychowaniu. Tylko dobre media nakierowane na wzrost godności odbiorcy pozwolą samym mediom realizować swoje powołanie.

Wnioski:

1. Rozrywkowy charakter mediów ułatwia odbiorcom przyswajanie w sposób bezrefleksyjny występujących tam treści.
2. Wartości obecne w młodzieżowych mediach rozrywkowych oraz techniki manipulacji w nich stosowane są podyktowane zasadami pełnego relatywizmu moralnego i wiążą się z kreowaniem rynku zbytu dla określonych mediów kierowanych do dorosłych i wyrabiania w odbiorcach postaw konsumpcyjno – utylitarnych.
3. Młodzieżowe media rozrywkowe wykorzystują cechy psychiczne adresatów w celu promocji występujących w nich antwychowawczych postaw.
4. W młodzieżowych mediach rozrywkowych nie występuje promowanie wartości podstawowych (chrześcijańskich i patriotycznych), zamiast tego promuje się postawę kosmopolityczną i moralność antychrześcijańską.
5. Młodzieżowe media rozrywkowe stanowią antynomię wychowania.
6. Działania katechetyczno-duszpasterskie powinny być ukierunkowane na przeciwdziałanie antwychowaniu płynącemu z młodzieżowych mediów rozrywkowych.

Streszczenie:

Rozrywkowy charakter mediów młodzieżowych sprawia, że ich odbiorcy przyjmują w sposób bezrefleksyjny występujące tam, silnie zideologizowane treści. Po 1989 r. większa część mediów kierowanych do młodzieży porusza

bląhą tematykę, występuje w nich coraz większa homogenizacja treści, co samo w sobie stanowi zagrożenie dla rozwoju młodych odbiorców. Uczą postaw konsumpcyjno – utylitarnych w każdej dziedzinie życia. Przedstawianie w nich tematyki seksualnej wypacza obraz seksualności człowieka w umysłach odbiorców. Stosowane techniki manipulacji: ingrაცja i fragmentacja pozwalają tym mediom kształtować niekompletny obraz świata i przyspieszają erozję wartości podstawowych w życiu młodego pokolenia. Rozrywkowe media młodzieżowe wykorzystują cechy psychiczne swoich adresatów do manipulowania i czynienia z nich stałych odbiorców.

Media audiowizualne chociaż posiadają oznaczenia wiekowe programów, to przez swój styl zdają się zachęcać młodzież do oglądania niedozwolonych treści. Przegląd wybranych programów pozwala dostrzec, że nie można rozpatrywać ich inaczej jak w kluczu antywychowania. Działanie rozrywkowych mediów młodzieżowych wydaje się być celowe, aby przygotować rynek zbytu dla równie infantylnych mediów kierowanych już do dorosłych.

Wartości, które przekazują te media nie mają na celu integralnego rozwoju odbiorców i stanowią antynomię wychowania.

Działania katechetyczno-duszpasterskie powinny być ukierunkowane na przeciwdziałanie antywychowaniu promowanemu przez media komercyjne dla młodzieży.

Summary

Anti-educational function of youth entertainment media as a catechetical challenge.

Nature of youth media as entertainment causes their consumers to unquestioningly accept the heavily ideological contents present therein. After 1989 the majority of media addressed to the youth touches upon trivial subjects, with progressing homogenization of content being a threat to development of young recipients in of itself. They teach consumption and utilitarian attitude in all aspects of life, and sexual themes they present pervert the image of human sexuality recipients have. Manipulation techniques utilised: ingraticiation and fragmentation allow those media to shape an incomplete view of the world and hasten the erosion of values fundamental to the young generation's lives. Youth entertainment media make use of the psychological traits of their audience to manipulate and shape them into regular customers.

Even though audio-visual media have an age restriction rating system, they entice the youth to watch the inappropriate content. Review of selected shows reveals they can only be considered anti-educational. Actions of youth entertainment media seem to be purposeful, shaping the market for adult media – which are just as infantile in their nature.

Values propagated by those media are not intended to support the consumers' development and as such are an antinomy for education.

Catechetical and pastoral activities should be oriented to counteract the anti-educational influence commercial media has on the youth.

Słowa kluczowe: wychowanie, media, młodzież, katecheza, kryzys.

Key words: education, media, youth, catechesis, crisis.

Michał Konrad Małek – ur. 12.08.1989 w Warszawie, absolwent Instytutu Edukacji Medialnej i Dziennikarstwa UKSW, doktorant katechetyki UKSW, prezes Koła Naukowego Katechetów UKSW, czynny katecheta.

Bibliografia:

- Bogunia-Borowska M., *Infantylicyzacja kulturowa. Adolescencja dzieci oraz infantylicyzacja dorosłych*, w: M. Bogunia-Borowska, red., *Dziecko w świecie mediów i konsumpcji*, Kraków 2006
- Chlewiński Z., *Religijność dojrzałą (szkic psychologiczny)*, [w:] *Wybrane zagadnienia z psychologii pastoralnej*, red. Z. Chlewiński, Lublin 1989.
- Czekalski R., *Konieczność współpracy katechetów z rodzicami*, [w:] *Katecheza wobec wyzwań współczesności*, red. R. Czekalski, Płock 2001.
- Dziecko w świecie mediów i konsumpcji*, red. M. Bogunia-Borowska, Kraków 2006.
- Ejsmont M., Kosmalska B., *Media, Wartości, Wychowanie*, Kraków 2005
- Ejsmont M., Kosmalska B., *Media, Wartości, Wychowanie*, Kraków 2010
- Kulpaczyński S., *Psychologia rozwojowo-wychowawcza nie tylko dla katechetów*, Lublin 2009.
- Kulpaczyński S., *Wartość wzorców osobowych w wychowaniu młodzieży*, „Pedagogika katolicka” 1: 2008 nr 2.
- Lepa A., *Funkcja logosfery w wychowaniu do mediów*, Łódź 2008
- Lepa A., *Pedagogika mass mediów*, Łódź 2007,
- Lewek A., *Kościół a mediokracja w Polsce*, „Kultura-Media-Teologia”, 2010 (2) nr 2.

- Lisowska-Magdziarz M., *Barbie wyrusza do pokonsumpcji (i nie ma przy sobie gotówki). Trening postaw konsumpcyjnych w magazynach ilustrowanych dla dzieci*, [w:] *Dziecko w świecie mediów i konsumpcji*, red. M. Bogunia-Borowska, Kraków 2006
- Łapińska R., Żebrowska M., *Wiek dorastania*, [w:] *Psychologia rozwojowa dzieci i młodzieży*, red. M. Żebrowska, Warszawa 1979.
- Mastalski J., *Pedagogika zagrożeń wychowawczych wśród uczniów szkół gimnazjalnych*, [w:] *Wychowanie młodzieży w średnim wieku szkolnym. Część I: wychowanie ogólne*, red. J. Stala, Tarnów 2007.
- Mąkosa P., *Wybrane parametry religijności polskiej młodzieży na początku XXI w.*, „Roczniki Teologiczne” 55: 2008 z. 6.
- Media a edukacja*, red. W. Strykowski, Poznań 1998.
- Media jako wyzwanie wychowawcze*, red. J. Plis, A. Mamcarz, Radom 2010.
- Media w wychowaniu chrześcijańskim*, red. D. Bis, A. Rynio, Lublin 2010.
- Niemierko B., *Jak badać pedagogiczną wartość mediów?*, [w:] *Media a edukacja*, red. W. Strykowski, Poznań 1998,
- Obuchowska I., *Adolescencja*, [w:] *Psychologia rozwoju człowieka T. II*, red. B. Harwas-Napierała, J. Trepała, Warszawa 2001.
- Papuzińska J., *Wychowawcza rola prasy dziecięcej*, Warszawa 1972
- Pełnomocnik Rządu do Spraw Rodziny, *Raport o sytuacji polskich rodzin*, Warszawa 1998
- Sanecka E., *Manipulacja w reklamie telewizyjnej skierowanej do dzieci i młodzieży*, „Kultura-Media-Teologia”, 2013 (13) nr 3.
- Ślipko T., *Zarys etyki szczegółowej*, Kraków 2009
- Tomczyk E., *Negatywne oddziaływanie mass mediów na zachowanie jednostki*, w; *Media jako wyzwanie wychowawcze*, red. J. Plis, A. Mamcarz., , Radom 2010.
- Tomczyk E., *Negatywne oddziaływanie mass mediów na zachowanie jednostki*, w; *Media jako wyzwanie wychowawcze* red. J. Plis, A. Mamcarz, , Radom 2010, s. 211-215.
- Wielgus S., *Chrześcijanin wobec współczesnych wyzwań ideowych*, „Miesięcznik Pastorski Płocki” 86 (2001) 12.
- Wielgus S., *O odrodzenie wychowania*, [w:] *Katecheza wobec wyzwań współczesności*, red. R. Czekalski, Płock 2001.
- Wolicki M., *Charakterystyka psychologiczna okresu gimnazjalnego*, [w:] *Katecheza dziś*, red. J. Zimny, Sandomierz 2002.