

Sonczyk, Wiesław

"Podstawy edukacji medialnej i dziennikarskiej", Antoni Lewek, Warszawa 2003 : [recenzja]

Rocznik Historii Prasy Polskiej 7/1(13), 207-213

2004

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Wiesław
SONCZYK

Antoni Lewek
**Podstawy edukacji medialnej
i dziennikarskiej**

Wydawnictwo Uniwersytetu Kardynała
Stefana Wyszyńskiego, Warszawa 2003, 476 2.

Antoni Lewek
Bases for the Media and Journalism Education

Autor omawianej książki jest w środowisku medioznawców znany ze swoich zainteresowań problematyką współczesnych środków masowego przekazu i osiągnięć naukowo-badawczych w tej dziedzinie (w „Informatorze Nauki Polskiej” z roku 2000 podano, że jest specjalistą z zakresu nauk teologicznych, homiletyki oraz religijnej komunikacji społecznej). Ale znany jest również jako wytrwały (i skuteczny w działaniu!) organizator katolickiego szkolnictwa dziennikarskiego. Wystarczy wspomnieć, że już w roku 1992 w ówczesnej Akademii Teologii Katolickiej (obecnie Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego) stworzył — praktycznie od podstaw — ważną placówkę studiów i badań teologiczno-dziennikarskich, która w roku 2002 przyjęła dojrzałą formę organizacyjną, typową dla szkół wyższych — Instytut Edukacji Medialnej i Dziennikarstwa. Ks. prof. A. Lewek jest dyrektorem Instytutu. Zgodnie z zapowiedzią *Podstawy edukacji medialnej i dziennikarskiej* to książka początkująca serię wydawniczą firmowaną przez tę placówkę (pt. «Biblioteka Instytutu Edukacji Medialnej i Dziennikarstwa UKSW»), co oznacza, że w przyszłości pojawią się zapewne następne opracowania.

O profilu i przeznaczeniu książki ks. prof. Lewka czytelnik dowiaduje się już ze słowa wstępnego, autorstwa ks. bpa Adama Lepy — członka Rady Episkopatu Polski ds. Środków Społecznego Przekazu, znanego zresztą także jako autora kilku pozycji książkowych m.in. na temat pedagogiki mediów. Bp Lepa stwierdza, że:

... na polskim rynku wydawniczym istnieje stosunkowo niewiele książek z zakresu chrześcijańskiej pedagogiki mediów. Dlatego z wdzięcznością należy po-

witać publikację ks. profesora Antoniego Lewka [...] Jest ona owocem wielkiej pracy, jaką wykonał Autor, aby źródłowo, wszechstronnie i dogłębnie przedstawić problematykę mediów i dziennikarstwa. Jest obszerną syntezą doktryny Kościoła katolickiego na temat środków społecznego komunikowania [...] Autor przybliżył nam zarówno dokumenty Kościoła Powszechnego (soborowe, papieskie, Stolicy Apostolskiej) jak i wypowiedzi Episkopatu Polski, poświęcone mediom (listy pasterskie) oraz wskazania II Polskiego Synodu Plenarnego. Omawia również zasady wychowania do mediów, zawarte w *Katechizmie Kościoła Katolickiego* i w Kodeksie Prawa Kanonicznego [...] Jestem przekonany, że książka ks. prof. Antoniego Lewka, dyrektora Instytutu Edukacji Medialnej i Dziennikarstwa na Uniwersytecie Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie, będzie niezwykle cenną pomocą dydaktyczną i źródłem nowych inspiracji w kształceniu kadr dziennikarskich. Spotka się zapewne z wdzięcznością rzeszy studentów na UKSW i w innych uczelniach, zwłaszcza w wyższych seminariach duchownych, gdzie również obowiązuje „edukacja medialna”. Może się też okazać pomocna tym ludziom mediów, którzy pragną doskonalić swoje kwalifikacje zawodowe, postawy etyczne i działalność dziennikarską. (s. 11)

Trudno o lepszą i bardziej kompetentną rekomendację, w dodatku — pochodzącą od pracownika Instytutu (bp dr Adam Lepa prowadzi zajęcia w Zakładzie Teorii Wychowania do Mediów, istniejącym od roku 2003 w ramach Katedry Pedagogiki Mediów).

Natomiast wedle opinii Autora książka:

... wyrosła z doświadczeń i potrzeb dydaktycznych ośrodka studiów teologiczno-dziennikarskich na Uniwersytecie Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie. Dlatego w pierwszym rzędzie ma ona służyć studentom jako pomoc naukowa i źródło informacji o nauczaniu Kościoła na temat środków społecznego przekazu. Zawiera bowiem syntezę treści odnośnych dokumentów *Magisterium Ecclesiae* [...] Opracowanie niniejsze jest także próbą realizacji zalecenia watykańskiej Kongregacji Wychowania Katolickiego, która „pragnie, by w różnych regionach językowych i kulturowych starannie przygotowano i rozpowszechniono odpowiednie podręczniki i skrypty, zbiory dokumentów *Magisterium Ecclesiae* oraz bibliografie adnotowane” jako pomoc naukowo-dydaktyczną w dziedzinie chrześcijańskiego wychowania do mediów i dziennikarstwa. (s. 16)

Na merytoryczną zawartość omawianej książki składają się dwie części, różniące się charakterem (zawartością) i przeznaczeniem. W pierwszej, liczącej dziesięć osobnych „rozdziałów”, przedstawiona została najpierw historia i struktura organizacyjna Instytutu Edukacji Medialnej i Dziennikarstwa UKSW, w tym także liczne trudności, na które od roku 1992 napotykał w swoim środowisku ks. prof. Lewek w trakcie starań o utworzenie kierunku studiów teologiczno-dziennikarskich. Warto dodać, że znacznej pomocy udzielił wtedy Instytut Dziennikarstwa WDiNP Uniwersytetu Warszawskiego oraz jego pracownicy (zwłaszcza prof. dr hab. Jerzy Olędzki i tragicznie zmarły bp dr Jan Chrapek). Jak pisze ks. prof. Lewek:

... uwzględniając początkowe braki kadrowe, 28 czerwca 1992 roku Rektor ATK zwrócił się do Władz Uniwersytetu Warszawskiego z prośbą o umożliwienie naszym studentom uczestniczenia w niektórych zajęciach dydaktycznych w Instytucie Dziennikarstwa UW, wspólnie z jego studentami. Za zgodą dyrekcji tegoż Instytutu i aprobatą Rektora UW, nasi studenci korzystali więc w latach 1995–2000 z wykładów na UW: prawa prasowego, retoryki i erystyki, historii dziennikarstwa i międzynarodowego obiegu informacji. Z czasem jednak, w miarę rozwoju tej specjalności studiów, a zwłaszcza z powodu wielkości grup studenckich, zorganizowaliśmy całą dydaktykę we własnym zakresie na UKSW, zatrudniając na zajęciach zleconych także pracowników Instytutu Dziennikarstwa UW i innych instytucji naukowych. (s. 23)

Charakteryzując cele kształcenia na studiach teologiczno-dziennikarskich w UKSW ks. prof. Lewek wymienia nie tylko przygotowywanie do zawodu — podobnie jak to jest w innych uczelniach — dziennikarzy prasowych, radiowych i telewizyjnych, pracowników agencji informacyjnych, medialnej reklamy, marketingu i public relations oraz rzeczników prasowych, ale także nauczycieli „edukacji medialnej” w szkołach podstawowych, gimnazjach i liceach, a także w seminariach duchownych. Przyznam, że nie słyszałem dotąd o innej uczelni, w której byliby kształceni fachowcy tego typu. Tymczasem o potrzebie wprowadzenia do programu szkół różnych szczebli przedmiotu „edukacja medialna” mówi się coraz głośniej, a w niektórych prywatnych liceach już się go realizuje (choć nie zawsze pod taką nazwą).

W kontekście ambitnych zadań dydaktyczno-naukowych Instytutu i bardzo szeroko zakrojonego „zintegrowanego programu teologiczno-medialno-dziennikarskiego” powstaje wątpliwość związana ze strukturą i obsadą kadrową tej placówki. Są to bowiem zaledwie trzy katedry: Katedra Teologii Środków Społecznego Przekazu (z trzema Zakładami: 1. Nauki Kościoła o Mediach i Dziennikarstwie, 2. Teorii Komunikacji Społecznej i Religijnej, 3. Teologii Ewangelizacji Medialnej), Katedra Pedagogiki Mediów (z dwoma Zakładami: 1. Teorii Wychowania do Mediów, 2. Dydaktyki Mediów) oraz Katedra Prakseologii Dziennikarskiej (z sześcioma Zakładami i dwoma Pracownikami: 1. Historii Mediów i Dziennikarstwa, 2. Retoryki i Języka Dziennikarskiego, 3. Dziennikarstwa Prasowego i Edytorstwa, 4. Dziennikarstwa Radiowego, 5. Dziennikarstwa Telewizyjnego, 6. Reklamy, Marketingu Medialnego i Public Relations, 7. Pracownia Technik Komputerowych i Internetu, Pracownia Fotografii Prasowej). Co więcej, nawet pobieżna analiza obsady kadrowej zmusza do zastanowienia, skoro: po pierwsze — ks. prof. Lewek jako dyrektor Instytutu jest równocześnie kierownikiem dwóch katedr i trzech zakładów, po drugie — większość zakładów i jedna katedra nie mają kierowników, po trzecie — obsada kadrowa większości zakładów to zaledwie 2–3 osoby, prowadzące zajęcia zlecone, po czwarte — liczbę etatowych pracowników Instytutu dałoby się policzyć na palcach jednej ręki, po piąte — wiem na pewno, że kilka osób wymienionych wśród prowadzących zajęcia w rzeczywistości już ich nie prowadzi. Tymczasem z wykazu osób

studiujących dziennikarstwo na UKSW w roku akademickim 2002/2003 — znajdującego się w końcu omawianej książki — wynika, że tylko na stacjonarnych studiach magisterskich było to blisko 500 osób. Powstaje więc pytanie o jakość procesu dydaktycznego i rzeczywisty poziom dziennikarskiego wykształcenia absolwentów; dla porównania: jako kierownik magisterskich zaocznych studiów dziennikarskich, mających nieco ponad 300 studentów, muszę angażować do realizacji ich programu około 50 pracowników.

Następny „rozdział” omawianej książki zawiera ogólną charakterystykę teologii mediów, czyli — wiedzy o stosunku Kościoła do mediów, ich roli i zadań społecznych. Przedmiotem materialnym tej — kształtującej się dopiero i mającej skromny dorobek — dyscypliny jest działalność środków społecznego przekazu (zgodnie z terminologią przyjętą przez Sobór Watykański II — „*instrumenta communicationis socialis*”), ze szczególnym uwzględnieniem ich funkcji ewangelizacyjnej, którą wcześniej Kościół realizował (i czyni tak nadal) za pomocą katechezy i kaznodziejstwa, a w ograniczonym zakresie — także poprzez czynności sakramentalno-liturgiczne i działalność charytatywną. Dlatego lektura kończąca tę część rozważań „podrozdziału” pt. *Mass-media w praktyce ewangelizacyjnej Kościoła* stwarza poczucie pewnego niedosytu, wynikającego z powierzchowności rozważań, mimo iż Autor zastrzega:

Nie leży w naszej mocy ani zamiarze wyczerpujące przedstawienie tego zagadnienia i zadania. Ograniczymy się tylko do ukazania niektórych możliwości i sposobów ewangelizowania poprzez mass-media w Kościele *ad intra* i *ad extra*, czyli w parafialno-pastoralnej i publiczno-ewangelizacyjnej działalności Kościoła. (s. 61)

Omawiając stosowane przez Kościół rozmaite media wizualne (książki, prasa, plakaty itp.), media audytywne (radio, magnetofon itp.) oraz media audiowizualne (telewizja) Autor nie podejmuje choćby próby przedstawienia organizacji (struktury) czy oceny aktualnej kondycji mediów katolickich, funkcjonujących przecież w bardzo złożonej rzeczywistości państwa demokratycznego i w warunkach transformacji obejmującej wszystkie dziedziny naszego życia. Wypadałoby więc — posługując się chociażby paroma przykładami — przedstawić problemy związane ze sposobem redagowania i czytelnictwem prasy katolickiej, formułą programową i odbiorem społecznym diecezjalnych i zakonnych stacji radiowych (m.in. Radia Maryja), działalnością Katolickiej Agencji Informacyjnej, Telewizji Niepokalanów, obecności Kościoła w Internecie itd. Dlatego można powiedzieć, że czytelnik książki otrzymuje wiedzę bardziej o tym jak może (lub powinna) wyglądać działalność ewangelizacyjna Kościoła, a nie o tym, jak jest ona obecnie prowadzona (i z jakim skutkiem). Autor zdaje się dostrzegać tę kwestię, skoro formułuje wniosek, że:

... tylko coraz pełniejsze zaangażowanie się Kościoła, zwłaszcza laikatu katolickiego, w przekazywanie treści ewangelicznych poprzez prasę, radio i telewizję,

zapewni pożądaną skuteczność dzieła nowej ewangelizacji, a równocześnie osłabi ostrze oddziaływania przekazów medialnych o charakterze antyewangelizacyjnym. (s. 63)

Uważna lektura książki ks. prof. Lewka pozwala znaleźć w niej przynajmniej parę przykładów opinii jeśli nie wykluczających się wzajemnie, to z pewnością przeciwstawnych lub sprawiających takie wrażenie. Oto jeden z nich: omawiając ewolucję postawy Kościoła wobec mediów masowych Autor stwierdza najpierw, że:

Kościół od zarania swoich dziejów starał się ewangelizować różnymi dostępnymi sposobami i środkami komunikacji międzyludzkiej [...] Słowo mówione i drukowane było podstawowym sposobem przekazywania Ewangelii „wszystkim narodom” [Mk 16,15] aż do XX wieku. W miarę powstawania i rozwoju innych form i technik komunikowania społecznego Kościół zaczął stopniowo wykorzystywać je dla swoich celów apostołskich... (s. 46)

Zaraz potem z kolei — jakby ponownie oceniając postawę Kościoła wobec mediów — stwierdza:

Stosunek Kościoła do nowo powstających i funkcjonujących mass-mediów masowych nie był od razu jednoznaczny. Można mówić o pewnej ewolucji postawy Kościoła wobec massmediów: od obojętności i nieufności poprzez krytyczną i ostrożną akceptację do coraz większego zainteresowania i zaangażowania się po stronie nowoczesnych technik społecznego komunikowania jako narzędzi i sposobów ewangelizacji współczesnego świata. (s. 47)

W tym przypadku również przydałyby się konkretne przykłady, wzbogacające tę ogólną konstatację.

Nie ulega natomiast wątpliwości — i w tym przypadku Autor ma rację — że zainteresowanie mediami ze strony Kościoła gwałtownie wzrosło w II połowie XX wieku, czego dowodem jest m.in. dekret Soboru Watykańskiego *Inter mirifica* (Dekret o środkach społecznego przekazywania myśli) z roku 1963. Zainteresowanie to można rozumieć nie tylko jako potwierdzenie tezy, że „Kościół na Soborze dostrzegwał ogromne znaczenie i rolę nowoczesnych środków społecznego komunikowania w ewangelizacji dzisiejszego świata”, ale także — może nawet: przede wszystkim — jako chęć zinstytucjonalizowania relacji między Kościołem a światem mediów. „Autorytatywna nauka Soboru — trafnie zauważa ks. prof. Lewek — zawarta w dekreście *Inter mirifica* — stała się ważnym impulsem i drogowskazem dla Kościoła posoborowego. Realizacja odnośnych postulatów soborowych zaowocowała szeregiem poważnych inicjatyw i dokonań Kościoła w dziedzinie mass mediów”. Chodzi zwłaszcza o takie fakty, jak chociażby — powstanie w roku 1964 Papieskiej Komisji ds. Środków Społecznego Przekazu, ustanowienie w roku 1967 Światowego Dnia Środków Społecznego Przekazu, obchodzonego przez cały Kościół katolicki, uwzględnienie

i uregulowanie przez ogłoszony w roku 1983 nowy Kodeks Prawa Kanonicznego relacji między Kościołem a mediami (i to aż w 9 kanonach). Posoborowych dokonań dotyczących sposobów i form zaangażowania mediów w działalność ewangelizacyjną Kościoła można by podać znacznie więcej. Niestety, w tym przypadku również wyraźnie brakuje autorskiej refleksji na temat skuteczności tych działań.

W jednym z kolejnych „rozdziałów” omawianej książki zostały przedstawione „zadania i konkretne powinności Kościoła w zakresie wspierania i rozwoju mediów katolickich oraz edukacji medialnej” zawarte w dekreście *Inter mirifica*, jednym z 16 dokumentów przyjętych przez Sobór Watykański II. Szkoda jednak, że Autor ograniczył się zaledwie do zacytowania ich treści, powstrzymując się od analizy, oceny czy szerszego omówienia poszczególnych zapisów. Takie podejście byłoby wskazane choćby dlatego, że — jak podkreśla pod koniec tego „rozdziału” — „soborowy Dekret *Inter mirifica*, wkrótce po jego ogłoszeniu, spotkał się z dość powszechną krytyką. Zarzucano mu głównie zbytnią ogólnikowość, brak głębszej refleksji teologiczno-medialnej i nowych elementów w stosunku do wcześniejszej nauki Kościoła na ten temat”. Rzeczywiście, poszczególne zapisy mogą wzbudzać rozmaite wątpliwości i wskazane byłoby ich uszczegółowienie, albo przynajmniej odniesienie do współczesnej rzeczywistości medialnej; dla przykładu: jak rozumieć zalecenie Ojców Soboru, że „należy popierać dobrą prasę [...], tworzyć i rozwijać prawdziwie katolicką prasę”, albo inaczej: co oznaczają dziś — w warunkach gospodarki rynkowej i pluralizmu poglądów — pojęcia „dobra prasa” oraz „prawdziwie katolicka prasa”? Współczesny czytelnik, także osoba wierząca, może mieć poważne kłopoty ze sformułowaniem właściwej, satysfakcjonującej odpowiedzi.

Druga część omawianej książki ma charakter bibliograficzno-dokumentacyjny. Zawiera m.in. wykaz prac dyplomowych, magisterskich i doktorskich „o tematyce medialnej i dziennikarskiej” przygotowanych przez absolwentów sześciu uczelni: UKSW i Papieskiego Wydziału Teologicznego w Warszawie, KUL-u, krakowskiej Papieskiej Akademii Teologicznej, Wydziału Teologicznego Uniwersytetu im. A. Mickiewicza w Poznaniu i Papieskiego Fakultetu Teologicznego we Wrocławiu. Wartość tego zestawienia polega nie tylko na tym, że pozwala ono zorientować się jak szeroki i zróżnicowany jest zakres podejmowanej przez autorów prac problematyki funkcjonowania współczesnych mediów (nie tylko katolickich), ale że ilustruje też ogromny dorobek naukowo-badawczo-poznawczy, zgromadzony przez katolickie uczelnie i placówki dydaktyczne. Tyle tylko, że sam katalog to trochę za mało. Przydałaby się przecież ilościowa i jakościowa analiza tego dorobku, pozwalająca czytelnikowi na orientację choćby w odniesieniu do tendencji w badaniach, preferencji metodologicznych i zainteresowań tematycznych autorów prac (i ich promotorów).

Oprócz tego książka ks. prof. Lewka zawiera obszerną bibliografię publikacji zwartych i tekstów prasowych (artykułów, informacji, wywiadów itd.) dotyczących mediów, reklamy, marketingu i public relations, opublikowanych

po roku 1989. Co ciekawe — i godne podkreślenia — kwerendy czasopism dokonali studenci UKSW, a więc to „od sumienności każdego z nich zależała kompletność i dokładność sporządzonych wypisów bibliograficznych”. Bibliografia została przygotowana w układzie działowym, co z jednej strony wydaje się oczywiste i naturalne, ale jednocześnie nie ułatwia poszukiwania literatury na jakiś konkretny temat. Wyodrębniono bowiem aż 21 działów, przy czym kilka ma na tyle szeroki zakres, że trudno wskazać ich istotę (np. „Komunikacja — media — kultura — świat — polityka”; „Media — człowiek — społeczeństwo”; „Rola — wpływ — oddziaływanie mediów”; „Pornografia — przemoc — manipulacje — niemoralność”).

Podobne wątpliwości dotyczą również układu „bibliografii ogólnej”, w ramach której wydzielono sześć działów o mało precyzyjnie określonym zakresie merytorycznym, w tym m.in. „Komunikowanie masowe — oddziaływanie mediów”; „Dziennikarstwo i media”; „Edukacja medialna — etyka dziennikarska”; „Prasa — film — radio — telewizja”. W rezultacie nie wiadomo w jakim dziale szukać konkretnej książki czy artykułu autora, nazwisko którego się zna. Co więcej — zdarza się, że w tym samym dziale znalazły się książki o zupełnie różnej treści i charakterze. Dla przykładu: w dziale „dziennikarstwo i media” wymieniono obok siebie dwie moje książki, mające przecież zupełnie różny profil i zakres — próbę ogólnej charakterystyki wybranych instytucji współczesnego systemu medialnego (pt. *Media w Polsce. Zarys problematyki*) oraz analizę i ocenę działalności Bolesława Prusa jako publicysty, redaktora i teoretyka prasy (pt. *Bolesław Prus — publicysta, redaktor, teoretyk prasy*), przy czym tę ostatnią książkę podano z błędem w tytule.

Obszerna bibliografia wywołuje też jeszcze jedną istotną wątpliwość. Jest w niej sporo publikacji na tyle starych, że nie przedstawiających obecnie żadnej wartości; chodzi mi zwłaszcza o prace z lat 70. czy 80., powstałe w zupełnie innych warunkach i dotyczące innej rzeczywistości medialnej. Nie chcąc rezygnować z ich wymieniania, być może należałoby je zgromadzić w osobnym dziale.

Wydaje się jednak, że powyższe uwagi krytyczne — możliwe przecież do uwzględnienia przy okazji kolejnego wydania — nie obniżają ogólnej, pozytywnej oceny książki ks. prof. A. Lewka. Z pewnością jest to publikacja wartościowa zarówno z punktu widzenia medioznawców, jak i studentów dziennikarstwa. Stanowi bowiem swoiste kompendium wiedzy o nauczaniu Kościoła na temat środków społecznego przekazu, a w konsekwencji — jak życzy sobie Autor — rzeczywiście można ją traktować jako „miarodajny drogowskaz i podstawę wszelkiej edukacji medialno-dziennikarskiej w duchu chrześcijańskim”.