

ZBIGNIEW BAUER
ANDZREJ WOJNACH

Teaching journalists
or media education?
Technologies
– cognition
– communication

Kształcenie
dziennikarzy czy
edukacja medialna?
Technologie
– poznanie
– komunikacja

KEY WORDS

Inflation of education, communicative education,
media workers

SŁOWA KLUCZOWE

Inflacja wykształcenia, edukacja komunikacyjna,
mediaworkers

ABSTRACT

The authors suggest that the traditional accoutrements of a journalist – psychological abilities, talent or a knowledge of technology are no longer significant in this profession or considered as features which predestine journalists to perceive themselves as a social elite. The reason for this is that the need for interpretation, analysis and synthesis of facts is gradually disappearing. Today a journalist must reveal reality, must make it visible, or rather visual, while most courses teaching journalism are based on formulas characteristic of times when the dominant type of communication was through the medium of print or print and photography.

STRESZCZENIE

Autorzy niniejszego artykułu stawiają tezę, iż tradycyjne składniki wyposażenia dziennikarza – dyspozycje psychologiczne, talent, a nawet znajomość technologii – przestały być w tym zawodzie znaczące i uznawane za cechy predestynujące żurnalistów do uznawania siebie za elitę społeczną. Wynika to z tego, iż stopniowo zanika zapotrzebowanie na interpretację, analizę i syntezę faktów. Aktualnie dziennikarz musi rzeczywistość ujawnić, to znaczy uczynić widzialną, a raczej wizualną, natomiast większość programów nauczania dziennikarskiej sztuki wyprowadzana jest z formuł właściwych czasom, gdy dominującym typem komunikacji był przekaz drukowy lub drukowo-fotograficzny.

W *Lapidarium II* Ryszard Kapuściński notuje, wspominając o początkach swojej kariery: „Kiedyś dominowali reporterzy prasy drukowanej, dzisiaj grupa ta stanowi mniejszość. [...] Dziś dominują ekipy telewizyjne. W tym nowym środowisku tylko nieliczni to dziennikarze. Przeważają operatorzy, dźwiękowcy, operatorzy świateł, elektrycy, słowem – ludzie, których bardziej niż dochodzenie sensu i istoty zdarzeń interesuje np. gdzie znaleźć gniazdko do wtyczki albo czy kabel nie jest zbyt krótki; [...] Jest coraz więcej stacji telewizyjnych, radiostacji i gazet. Tym samym jest coraz więcej dziennikarzy. W tym zawodzie zawsze było wielu amatorów, ale dziś amatorzy zdominowali profesję. Wielu z nich nie zdaje sobie sprawy, że być dziennikarzem to przede wszystkim ciągle nad sobą pracować, kształcić się, zdobywać wiedzę, starać się zrozumieć świat”¹.

Mniej więcej w tym samym czasie znakomity francuski socjolog Michel Crozier zauważa, że „Nikt dzisiaj nie może powiedzieć, jakie będą potrzeby zatrudnienia (zawody, specjalności jutra). [...] Nie jesteśmy w stanie przewidzieć, które z nich przestaną istnieć”².

Jesteśmy zatem świadkami osobliwego procesu: dziennikarstwo, które przez lata uchodziło za profesję wymagającą, po pierwsze, szczególnych dyspozycji psychologicznych, po drugie, talentu pisarskiego oszlifowanego przez wykształcenie i praktykę, po trzecie, znajomości technologii komunikacyjnych, popada we władzę amatorów, którzy są dla właścicieli mediów o wiele bardziej atrakcyjni od zawodowców, bo nie stawiają wygórowanych żądań. Technologie cyfrowe sprawiły, że nawet materiał filmowy kiepskiej jakości, wykonany amatorską kamerą, można wyemitować w profesjonalnej telewizji bez większego ryzyka, a korespondencja radiowa przez satelitarny telefon komór-

¹ R. Kapuściński, *Lapidarium II*, Warszawa 1995, s. 28.

² M. Crozier, *Kryzys inteligencji. Szkic o niezdolności elit do zmian*, Warszawa 1996, s. 37.

kowy zastępuje z powodzeniem skomplikowany proces przesyłania dźwięku przez profesjonalne łącza (więcej: jest nawet, przez swoją szorstkość, bardziej wiarygodna).

Z drugiej strony – jeśli wierzyć Crozierowi, a przecież nie mamy najmniejszego powodu, by jego opinię podważać – nie możemy stwierdzić z całą pewnością, że dziennikarstwo jest „zawodem przyszłości” i że za dziesięć, dwadzieścia lat nie zniknie, bowiem zadanie dostarczania wiedzy o faktach wymknie się spod kontroli wyspecjalizowanych instytucji medialnych i rozproszy w globalnej sieci, przez nikogo niekontrolowanej i do nikogo nienależącej. Zapotrzebowanie bowiem na interpretację, analizę i syntezę faktów stopniowo zanika: światopogląd, obraz rzeczywistości, jaki prezentuje ten czy inny dziennikarz, to czy inne medium, jest dziś traktowany jako „fakt”, a nie opinia, z którą można by identyfikować się bez reszty lub też bez reszty odrzucać. Jest to więc bardziej „material”, z którego budujemy sobie własne poglądy, niż struktura aksjologiczna. Prostym przykładem jest tu degradacja funkcji komentarza: komentarze wychodzą spod piór ludzi bliżej nieznanym czytelnikom, analizy – ekonomiczne lub polityczne – piszą osoby o autorytecie potwierdzanym wyłącznie przez ich stopnie naukowe lub sprawowaną funkcję, a nie przez dokonania medialne. Świat opisują i oceniają gwiazdy *show businessu*, sportu i filmu, nawet wtedy, gdy jawnie przyznają się do ignorancji w danej dziedzinie.

Rola dziennikarza w takich sytuacjach sprowadza się jedynie do podtrzymywania mikrofonu, spisania wypowiedzi, pokierowania kamerą. Wymagania wobec żurnalisty są tutaj minimalne: ma być w pobliżu zdarzenia i precyzyjnie przez tłum kolegów pragnących tego samego – dostępu do źródła informacji. Błędy techniczne skoryguje technika, błędy językowe – czytelnik czy słuchacz wybaczy, w świecie mejli i sms-ów bowiem nikt rozsądny, poza starymi żółciennikami, nimi się nie przejmuje (w wielkiej gazecie naszego regionu dział korekty zlikwidowano; skutki można obserwować w każdym wydaniu tego dziennika). Oznacza to, że tradycyjne składniki wyposażenia dziennikarza – dyspozycje psychologiczne, talent, a nawet znajomość technologii – przestały być w tym zawodzie znaczące, ważne i uznawane za cechy dające podstawę do uznawania siebie przez żurnalistów za elitę społeczną.

Z drugiej strony z roku na rok wzrasta liczba ośrodków kształcących dziennikarzy: dziś nie ma praktycznie żadnej szkoły wyższej – publicznej czy prywatnej – która nie chciałaby mieć w ofercie kierunku studiów tak czy owak związanego z aktywnością medialną (dziennikarstwo, *public relations*, komunikowanie interpersonalne etc.). Są to na ogół studia płatne i – ze względu na wyposażenie technologiczne oraz konieczność sprowadzania wykładowców z dużych, atrakcyjnych mediów – drogie. Dyplom ukończenia takich studiów do niczego nie uprawnia i niczego, faktycznie, nie ułatwia. Owszem, posiadanie takiego dyplomu jest ważnym, ale wcale nie najważniejszym elementem CV kandydata, ubiegającego się o pracę w prywatnych mediach. Decydują niekiedy względy całkowicie pozamerytoryczne, a sprawny amator po maturze może okazać się znacznie bardziej przydatny niż absolwent renomowanej szkoły czy kierunku dziennikarskiego.

Można zatem powiedzieć, że jesteśmy świadkami inflacji wartości wykształcenia dziennikarskiego, wywołanej zwyczajną nadprodukcją absolwentów. Mimo to w okresie rekrutacji obserwujemy prawdziwe oblężenie kierunków oferujących taki czy inny kontakt z mediami: na Uniwersytecie Jagiellońskim w roku akademickim 2003/2004 było to blisko 10 kandydatów na miejsce, na Akademii Pedagogicznej (polonistyka ze specjalnością edukacja medialna) blisko 8 kandydatów na miejsce. Z pewną ostrożnością można by tu postawić taką diagnozę: w społeczeństwie coraz bardziej anomicznym pojawia się zapotrzebowanie na szybki, spektakularny sukces. Ten sukces zapewniają media; to one są siłą regulującą przebieg procesów demokratyzacji w Polsce postkomunistycznej. One ujawniają afery, one kreują wartości, one wyznaczają granice ważnego i nieważnego. Jest to o tyle zdumiewające, że – jak zauważa Kapuściński – stają się one zarazem obszarem wzmożonej aktywności amatorów, nuworyszki.

Kogo kształcimy, przystępując do zajęć na kierunkach „dziennikarskich”? Musimy sobie zdać sprawę, że są to nie tyle dziennikarze w tradycyjnym rozumieniu, lecz – w najlepszym przypadku – *media workers*, „wyrobnicy mediów”. Zasilają oni, przeważnie anonimową, cichą, zdominowaną przez „gwiazdy” (niekoniecznie z dyplomami dziennikarskimi w kieszeni) grupę pracowników, najczęściej wykorzystywanych na zasadzie wolontariatu, współpracowników gazet, radia, telewizji. Stykamy się najczęściej z wysoką początkowo samooceną, z nietuzinkowymi pomysłami i wysoką inteligencją kreatywną, która – w trakcie trzyletnich lub pięcioletnich studiów – stopniowo gaśnie, ustępując przed ironią, autoironią i przedwczesnym zgorzknieniem. Prowadzi to do ustabilizowania się wśród studentów dziennikarstwa postawy negatywnej – niechętniej świata i ludziom, podejrzliwej, w niektórych przypadkach prowadzącej do agresji, zawsze jednak uzasadnianej potrzebą odkrycia „prawdy”, nawet jeśli ta prawda może okazać się prawdą „czyjaś” i na „czyjś użytek”.

Jest jeszcze inny aspekt tego problemu. Kandydaci na przyszłych dyplomowanych dziennikarzy wywodzą się z generacji, której do końca nie rozumiemy, po trosze się jej boimy, określając ją mianem „pokolenia Y”. Nie podejmujemy się tutaj próby opisanego tego pokolenia, gdyż żadne ze znanych nam badań nie potrafiło uczynić tego w sposób dostatecznie przekonujący. Niemniej z licznych studiów na ten temat można wywnioskować, że jest to pokolenie, które do strumienia stale napływających informacji ma stosunek ambiwalentny: informacje męczą, ale zarazem nie pozwalają się ignorować, są składnikiem życia codziennego, a wielość źródeł, z których się je czerpie, jest częściej załączkiem zabawy niż rzeczywistej wiedzy o świecie (*infotainment*). Postawa zabawy, wyrażająca się m.in. poprzez *surfing* czy *zapping* internetowy lub telewizyjny, może być tu interpretowana jako reakcja obronna na ustawiczne bombardowanie informacjami (*infopollution*). *Infotainment* – strategia mediów, będąca próbą reakcji na syndrom informacyjnego przemęczenia (*information fatigue syndrome*)³ odbiorców jedynie częściowo rekompensuje poważne skutki socjo-

³ N. Hudson, *Managers Suffering from Info Overload*, „Press Association Newsfile” October 14, 1996.

psychologicznego zjawiska, których z reguły nie doceniamy u naszych studentów. Te skutki to m.in. niechęć do prezentacji własnego stanowiska w wyraźnie określonej kwestii, nieumiejętność podejmowania decyzji, a także – gdy przejdziemy już na płaszczyznę warsztatu dziennikarskiego – preferowanie technik prezentacji różnych faktów i cudzych opinii przy jednoczesnym unikaniu ujęć interpretacyjnych i analitycznych. Tym można tłumaczyć wyraźny odwrót od gatunków publicystycznych w różnych mediach i zastępowanie ich wywiadami, pseudosondażami, rejestracją faktów ukrytą kamerą etc. Prowadzi to do kryzysu dziennikarstwa interpretującego, zaniku „osobowości” i akceptacji roli „wyrobnika medialnego”. Warto zarazem zauważyć, że wybitnymi postaciami medialnymi są dziś prezenterzy serwisów informacyjnych: media kreują osoby (w Jungowskim rozumieniu), a nie osobowości⁴.

Psychologowie wskazują zarazem, że „generacja Y” to ludzie nadpobudliwi ruchowo, ustawicznie gotowi do przemieszczania się – w przestrzeni psychicznej również – niezdolni do dłuższej koncentracji na jednym zdarzeniu, łatwo gubiący wątki narracyjne, skłonni raczej do przyjmowania następstwa zdarzeń regulowanego przez asocjacje niż zasady skutkowo-przyczynowe, niezbyt cierpliwi, poddający się stałej fluktuacji uwagi⁵. Na pytania odpowiadają częściej równoważnikami zdań niż pełnymi zdaniami, myśli zawierają w hasłach, podświadomie oczekując, że pytający „dopowie sobie” resztę. Nie są podatni na szok: są przekonani, że wszystko może się zdarzyć i wszystko ma taką samą wagę, zabiegi perswazyjne mediów traktują zaś jako coś, co należy oceniać w kategoriach ekonomicznych, a nie etycznych. Nie ufają też swoim nauczycielom, przeważnie mając od nich większe umiejętności w dziedzinie technologii informatycznych. Są zarazem tolerancyjni i to do tego stopnia, że nie dziwi ich obecność w ich otoczeniu światopoglądów skrajnych, nawet faszystujących. Faszyzm postrzegają bowiem jako wyraz postawy konkretnego człowieka, a nie jako zjawisko społeczne, co wiązać można z dominującym w tym pokoleniu ujmowaniem wszelkich zjawisk w perspektywie indywidualnej: wszystko zależy od twojego wyboru.

I to z takiego, a nie innego pokolenia, próbujemy kształtować dziennikarzy, a raczej *media workers*. Gdybyśmy te cechy „pokolenia” zestawili z wyobrażeniami o idealnym reporterze, które wyraża m.in. Kapuściński, moglibyśmy darować sobie wszelkie zabiegi dydaktyczne. Po prostu – moglibyśmy sobie powiedzieć – pokolenie *screen agers* nie nadaje się do tego zawodu. Nie ma w nich otwarcia na świat, nie ma empatii, nie ma chęci do mozolnych studiów świata, który oglądają. Nie są podatni na epifanie, nie ma w nich pracowitej dociekliwości, nie ma wreszcie szacunku do słowa pisanego, gdyż nad świadomością zbiorową władzę sprawują media ulotne: telewizja, radio, Internet.

⁴ R. Kapuściński w cytowanym *Lapidarium II* wspomina, że obszerna książka H. Poniatowskiej o masakrze na placu Tlatelolco w Meksyku zawiera jedynie dwie strony tekstu odautorskiego (s. 24).

⁵ W. Cwalina, *Generacja Y – ponury mit czy obiecująca rzeczywistość*. W: *Internet – fenomen społeczeństwa informacyjnego*. Pr. zbiorowa pod red. T. Zasępy, przy współpr. R. Chmury, Częstochowa 2001, s. 29–42.

Byłaby to jednak diagnoza zbyt pesymistyczna i tym samym nie do końca prawdziwa. Doskonale wiemy, że wśród naszych studentów są ludzie o bardzo dużej wrażliwości, świetnym czytaniu i talentach pisarskich, skłonni do słuchania, a nie tylko, co szczególnie częste wśród dziennikarzy telewizyjnych i radiowych, do „nadawania”. Trudno wszakże nie zauważyć, że wraz z nadejściem epoki nowych mediów – interaktywnych, immersyjnych, cyfrowych, a przede wszystkim ekranowych – zmieniła się przestrzeń komunikacyjna, w której kształtuje się osobowość młodego człowieka, który zamierza zostać dziennikarzem. Dominująca wrażliwość ekranowa, nastawienie na widzialność sprawia, że to, co usiłujemy wpoić studentom jako otwarcie na niewidzialne strony rzeczywistości (syntezy, hipotezy, konstrukcje mentalne etc.), musi okazywać się wartością nieweryfikowalną przez praktykę mediów. Współczesny przekaz medialny nie wymaga od dziennikarzy, sprowadzonych przeważnie do roli *media workers*, takich predyspozycji. Dziennikarz musi rzeczywistość ujawnić, to znaczy uczynić widzialną, a raczej wizualną; to natomiast, co niewidzialne – niewidzialnym pozostaje. Zostaje zapisane w kodzie pytań otwartych, domysłów, a jeszcze częściej – w kodzie językowych gier, pozostawiających pole interpretacji aktywności odbiorców.

Tymczasem większość programów nauczania dziennikarskiej sztuki wyprowadzana jest z formuł właściwych czasom, gdy dominującym typem komunikacji był przekaz drukowy lub drukowo-fotograficzny. Zauważmy np., w jaki sposób konstruujemy definicje prawdy i fikcji w przekazie dziennikarskim, jak określamy granice rodzajów i gatunków dziennikarskich. Konstytutywne cechy np. felietonu prasowego usiłujemy przenosić na felieton telewizyjny, nie zadając fundamentalnego pytania o to, czy w ogóle taka forma, jak felieton, jest w telewizji możliwa (nie rozstrzygamy tu bynajmniej, że możliwa nie jest: sygnalizujemy jedynie istotność pytania o rolę obrazu i montażu w definicji takiego gatunku). Dzisiejszy kandydat na dziennikarza od niemal najmłodszych lat obcuje – mniej lub bardziej świadomie – z cyberprzestrzenią, której najważniejszą cechą jest nieustanne wychylenie w przyszłość, w zdarzenia, które mają lub mogą nastąpić. Cyberprzestrzeń ma bowiem naturę wektorową, a nie punktową czy linearną. Istnieć w cyberprzestrzeni oznacza: być elementem, węzłem sieci. Ma to istotne konsekwencje dla kształtowania świadomości człowieka, który zamierza stać się „komunikatorem” (niekoniecznie dziennikarzem).

Tymczasem, gdy patrzymy na schematy kształcenia dziennikarzy, odnosimy wrażenia odwrotne, że w tym przypadku czas napływa z przeszłości i materializuje się w teraźniejszości, jakby bez względu na sytuację. Rodzi się w związku z tym pytanie – czy współczesny dziennikarz ma być wnikliwym obserwatorem świata, wyposażonym w precyzyjny aparat badawczy, czy też sprawnym opowiadaczem historii wziętych z rzeczywistości, troskę o kształt tejże pozostawiającym badaczom kultury i przestrzeni komunikacyjnej?

Tradycyjnie rozumiana funkcja społeczna dziennikarza łączyła w sobie obie te opcje. Dziś, pogłębiająca się koncentracja mediów, ich globalny charakter, obniża wartość wnikliwej obserwacji rzeczywistości na rzecz atrakcyjności opowieści. *En-*

tertainment wkracza na obszary korespondencji wojennej (*militainment*), do niedawna jeszcze zarezerwowane dla reporterów najwyższej próby, a podczas wojny w Iraku tworzonych przez dziennikarzy z regionalnych, niekiedy mało znanych stacji i gazet. Na dodatek – jesteśmy coraz częściej świadkami, z jednej strony, manipulowania informacją wojenną poprzez tzw. informacje wcielone (*embedded informations*⁶), z drugiej zaś coraz poważniejszą rolę odgrywa manipulacja „przeciekami”, wykorzystująca demaskatorską, „ujawniającą” funkcję mediów. Czy w związku z tym należy przyjąć, że następuje generalna zmiana roli dziennikarza w społeczeństwie i jego funkcji społecznej? Czy pierwszą ofiarą cichej, bo ewolucyjnej, wojny pomiędzy światem analogowym a światem cyfrowym stały się media i ich pracownicy? Co jesteśmy w stanie zaoferować kształconym przez nas młodym ludziom, uformowanym już w nowej rzeczywistości – rzeczywistości mediów po pierwsze cyfrowych, po drugie – wolnych?

Ten konflikt między typem wykształcenia, jaki oferujemy dziś studentom dziennikarstwa, a praktyką, z jaką spotykają się w mediach, ma bez wątpienia charakter nie tyle technologiczny, co etyczny. Obejmuje on również formowanie rodzaju nastawienia wobec świata: ucząc studentów budowania historii niezmiernie rzadko uświadamiamy im, że nie są to wyłącznie struktury narracyjne i że to, co pokazują, jest, po pierwsze, częścią wielkiej narracji świata, po drugie, że opowiadamy „globalne” historie po to, by oznaczyć je w lokalnych społecznościach. Sprawność opowiadania o świecie nie oznacza tym samym, że świat ten jest zrozumiany. I odwrotnie: bez umiejętności opowiadania nie posiadziemy zdolności rozumienia otaczającej nas rzeczywistości.

Powstaje zatem pytanie: czy uczyć mamy samego formowania narracji, czy raczej zadawania światu odpowiednich pytań, bez których narracja nie powstanie? Mamy wrażenie, że w przestrzeni komunikacyjnej, którą tworzą nowe media, nie ma po prostu miejsca na „dziennikarstwo gatunków”. Dominuje tu taka sama płynność, jak w literaturze, a także w dyskursie historiograficznym, antropologicznym czy filozoficznym. Chodzi raczej o formowanie pewnej postawy wobec rzeczywistości i wobec sytuacji komunikacyjnych, jakie wytwarzają nowe media. Chodzi również – co niesłychanie ważne w świecie o zaburzonych normach i podstawach konstytuujących tożsamość młodych ludzi – o kształtowanie takich zachowań wobec faktów, w których konflikt (i w rezultacie wybór) między tradycyjnymi, „esencjalistycznymi” definicjami tożsamości, a podejściami antyesencjonalistycznymi, czysto pragmatycznymi, będzie w młodych ludziach wywoływał lęk i w rezultacie zaniechanie jakichkolwiek prób zdefiniowania siebie samych wobec rzeczywistości⁷.

⁶ Por. np. R. Jensen, *Embedded Reporters' Viewpoint Misses the Main Point of War*, <http://uts.cc.utexas.edu/~rjensen/freelance/attack61.htm> lub znakomity raport z pierwszych dni II wojny w Zatoce: *Embedded Reporters: What Are Americans Getting?*, www.journalism.org/resources/research/reports/war/embed/numbers.asp [dostęp 19.11.2003].

⁷ Obszernie pisze na ten temat T. Miczka, *Glokalizacyjne i multimedialne horyzonty współczesnej edukacji*. W: *Media i edukacja w globalizującym się świecie. Teoria, praktyka, oddziaływanie*. Red. nauk. M. Sokołowski, Olsztyn 2003, s. 22–24.

Jest to wyraźny sygnał, że w programach i koncepcjach nauczania zawodu dziennikarza musi nastąpić w ciągu najbliższych lat istotne przesunięcie: z nauczania sprawności warsztatowych i technologicznych na kształtowanie pewnego typu osobowości i wpojenia pewnych umiejętności zarówno poznawczych, jak komunikacyjnych. I to komunikacji w takiej rzeczywistości, jaką stwarzają nowe media, a nie w przestrzeni modeli, idealizacji lub systemów odchodzących stopniowo do muzeum. Nie są one bowiem i najprawdopodobniej nie mogą być ważne dla pokolenia, którego reprezentantów szykujemy do zawodu dziennikarza już nie tylko z racji niskiej ich atrakcyjności, ale przede wszystkim ze względu na ich niską przydatność. Nie wytwarzają one ani struktur poznawczych, a na dodatek z wielkim trudem mieszczą się w nowych przestrzeniach komunikacyjnych. Jest rzeczą oczywistą, że jeszcze piętnaście lat temu w myśleniu o przyszłości mediów problem ich „lokalności” przeciwstawiany „globalności” był zaledwie marginesem; dziś musimy – by pojąć zachodzące zmiany – posługiwać się terminem „glokalizm”, określając zaś mentalność i horyzonty postinformacyjnych społeczeństw mówić o „netizenach”.

Zagadnienia fikcji i prawdy, tak istotne w definiowaniu przekazu typu dziennikarskiego, nie budziły półtorej dekady temu poważniejszych wątpliwości; dziś w dobie „informacji wcielonych”, które mimo zewnętrznych podobieństw nie dadzą się opisywać przy wykorzystaniu tradycyjnych definicji propagandy (zwłaszcza propagandy totalitarnej), bowiem owe „informacje wcielone” płyną drogami właściwymi systemom mediów wolnych i demokratycznych⁸. I to właśnie dlatego kształcenie dziennikarzy – jego efektywność i sensowność – zależy głównie od tego, czy przełamiemy wreszcie ewidentny impas w edukacji medialnej, czy szerzej – edukacji komunikacyjnej. Jeśli z aprobatą i nawet podziwem odnosimy się do amerykańskich programów kształcenia dziennikarzy (choć i tam występuje niczym nieuzasadniona nadprodukcja absolwentów tych kierunków), to musimy zdać sobie sprawę z tego, że w USA i znacznej liczbie krajów Unii Europejskiej kształceniem dziennikarskim obejmuje się ludzi, którzy o mediach, sposobie ich funkcjonowania, a także o sposobie korzystania z przekazów medialnych oraz komunikowaniu się za ich pośrednictwem lub poza nimi wiedzą znacznie więcej niż studenci dziennikarstwa w nawet renomowanych polskich uczelniach. Tę wiedzę, nabytą w szkołach średnich, a niekiedy jeszcze na niższych piętrach edukacyjnych, można odpowiednio poszerzać, modyfikować, kształtować; my natomiast musimy uczyć równocześnie elementarza – i pisania powieści.

Uczymy poza tym udzielania odpowiedzi na pytania, a nie samego stawiania pytań w taki sposób, by odpowiedzi były, po pierwsze, „komunikowane”, po drugie zaś – „dobrze komunikowane”. Powstaje zatem pytanie: czy od np. mało efektywnego kursu historii prasy i analizowania jej zawartości, nie jest rzeczą o wiele bardziej god-

⁸ Nie bez wpływu na zmianę podejścia do zagadnienia fikcji i prawdy pozostają techniki cyfrowe, pozwalające dowolnie niemal kreować „światy” równoległe. Por. np. J. Jastrzębski, *Etyka dziennikarska i nowe media*. W: *Nowe media – nowe w mediach*. Pod red. I. Borkowskiego i A. Woźnego, Wrocław 2001, s. 34 i n.

ną, słuszną i zbawienną dla przyszłości tego zawodu pokazywanie przemian zachodzących w sposobach porozumiewania się ludzi jako głównego budulca kultury i cywilizacji? Zrozumienie przez naszych studentów natury skomplikowanej sieci (właśnie myślenie „sieciowe” wydaje się kluczem do nowoczesnych form edukacji, nie tylko zresztą w dziennikarstwie) łączącej wiele aspektów, obszarów, przedmiotów, technik wytwórczych i dystrybucyjnych, modeli zachowań i decyzji podejmowanych przez ludzi różnych epok w związku z dominacją w tych epokach takiego, a nie innego wzorca i technologa komunikacji – może okazać się znacznie ważniejsze od studiowania historii „Ilustrowanego Kuriera Codziennego” czy „Wędrowca”. Lub inaczej: kiedy dzieje koncernu Dąbrowskiego pokażemy młodym ludziom jako efekt pewnych technik komunikacyjnych, stosowanych przez Polaków w dwudziestoleciu międzywojennym, może to być początkiem rozumienia przez nich również sytuacji na współczesnym polskim i światowym rynku medialnym.

Wydaje się zatem, że konstruowanie pomysłów na kształcenie mądrych, wrażliwych dziennikarzy, nawet jeśli w przyszłości mieli być zaledwie „wytwórcami mediów”, ta kategoria pracowników będzie się bowiem liczebnie rozrastać, a nie kurczyć, zależy przede wszystkim od realizacji i przyjęcia przynajmniej podstawowych zasad edukacji medialnej, którą, jakby to absurdalnie nie brzmiało, zaczynać trzeba już na etapie wczesnoszkolnym.

Trudno nie zgodzić się ze zdaniem W. Godzica, który pisze: „Krytyczna pedagogika medialna polega na [...] uczeniu siebie i innych, w jaki sposób krytycznie dekodować przekazy mediów i śledzić skomplikowany sposób ich oddziaływania. Należy starać się odczytywać rozmaite kulturowe kody, ideologiczne głosy, krytycznie odczytywać obrazy hegemonicznych ideologii i uczyć siły własnej, odbiorczej interpretacji przeciwko dominującym znaczeniom”⁹.

Z całą pewnością nie jest to zadanie łatwe, lecz nikt nie obiecywał nam, że będzie łatwo. Łatwo bowiem już było, tyle że nic dobrego z tego nie wynikło. Ani dla nauczycieli, ani dla uczniów.

*
* * *

Redakcja „Studiów Medioznawczych” ma nadzieję, że artykuł Zbigniewa Bauera i Andrzeja Wojnacha zainspiruje dyskusję na tematy w nim poruszone, jakże istotne dla przyszłości środowiska dziennikarskiego. Najciekawsze opinie opublikujemy na łamach naszego pisma.

⁹ W. Godzic, *Zrozumieć telewizję*, Kraków 2001, s. 166.