



**MEDIA**  
**W WYCHOWANIU CHRZEŚCIJAŃSKIM**

Redakcja  
Dorota Bis, Alina Rynio

Wydawnictwo KUL  
Lublin 2010

Recenzent  
prof. dr hab. Jadwiga Izdebska

Opracowanie redakcyjne  
Lucyna Górna

Opracowanie komputerowe  
Hanna Prokopowicz

Projekt okładki i stron tytułowych  
Plating

© Copyright by Wydawnictwo KUL, Lublin 2010

ISBN 978-83-7363-982-9

Wydawnictwo KUL  
ul. Zbożowa 61, 20-827 Lublin  
tel. 81-740-93-40, fax 81-740-93-50  
e-mail: [wydawnictwo@kul.lublin.pl](mailto:wydawnictwo@kul.lublin.pl)

Druk i oprawa  
Petit  
ul. Tokarska 13  
20-210 Lublin

Ks. Andrzej Łuczyński<sup>1</sup>

## Media a kultura środowiska rodzinnego

### Wprowadzenie

Współcześnie coraz częściej prawie wszystkie dziedziny życia społecznego postrzegane i rozpatrywane są w kategoriach szeroko rozumianego społeczeństwa informacyjnego, „rzeczywistości sieci”<sup>2</sup>. Nowe technologie medialne, gdzie rozwój następuje w olbrzymim tempie, stają się poważnym wyzwaniem nie tylko dla szeroko pojętej sfery edukacji, ale również dla ogromnej rzeszy ludzi, którzy w środowisku własnych rodzin poddawani są wielorakim wpływom środków masowego przekazu. Dlatego media niewątpliwie stanowią istotny obszar funkcjonowania współczesnego człowieka, są bowiem ważnym narzędziem kształtowania kultury środowiska życia (pracy, wychowania, wypoczynku, rozrywki itp.).<sup>3</sup> Nie ulega też wątpliwości, że ich wszechobecność ma znaczący wpływ na kształtowanie się kultury środowiska rodzinnego, w którym następuje tradycyjna międzypokoleniowa wymiana dorobku kulturowego, pozwalająca nowym pokoleniom odnaleźć się w rzeczywistości życia społecznego, narodowego i rodzinnego.

Wymiana zachodząca między pokoleniami sprowadza się zasadniczo do dwóch wzajemnie dopełniających się procesów. Pierwszy z nich przebiega wewnątrz diady małżeńskiej i rozpoczyna się w momencie zawarcia związku małżeńskiego, kształtuje się w trakcie „budowania” własnego środowiska rodzinnego. Drugi z kolei obejmuje wpływ rodziców oraz środowiska rodzinnego, które stworzyli, na kształtujący się system wartości i norm moralnych ich dzieci.

---

<sup>1</sup> Ks. dr Andrzej Łuczyński - Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II.

<sup>2</sup> Zob. K. Denek, *Cywilizacja informacyjna i edukacja medialna*, w: T. Lewowicki, B. Siemieniecki (red.), *Rola i miejsce technologii informacyjnej w okresie reform edukacyjnych w Polsce*, Toruń: Adam Marszałek 2008, s. 26.

<sup>3</sup> Zob. J. Izdebska, *Rodzina, dziecko, telewizja. Szanse wychowawcze i zagrożenia telewizji*, Białystok: Trans Humana 2001, s. 53-54.

W tej międzypokoleniowej transmisji dorobku kulturowego rodziny dużą rolę odgrywają procesy: naśladowania, uczenia się, modelowania, identyfikacji oraz kształtowania przez rodziców strony znaczeniowej docierających do dziecka przekazów medialnych<sup>4</sup>. Rodzina zatem jako pierwsza, w sposób spontaniczny przekazuje dziecku wiedzę o świecie przyrody i społeczeństwie, uczy posługiwania się przedmiotami, będącymi wytworami kultury, wskazuje wzory i zasady zachowania, nadaje znaczenia, wdrażając do określonego systemu wartości.

Jedna ze współczesnych teorii mass mediów o dokonującej się zmianie społecznej, pochodząca w ostatecznej wersji od Meyrowitza, zakłada, że wszechobecność elektronicznych mediów zmienia zasadniczo świadomość społeczną, a w tym również świadomość współczesnej rodziny, przez obalenie podziałów przestrzeni społecznych, tak typowych dla minionych epok. Tradycyjne ludzkie doświadczenie było zwykle „ograniczone” przez zajmowaną pozycję i pełnioną rolę w środowisku rodzinnym, czy też przez sytuacje społeczne wyraźnie rozdzielone na sferę prywatną (kulisy) i publiczną (scena). Segmentacja doświadczeń rodzinnych i społecznych związana była m.in. z płcią, wiekiem, wartościami i tradycją rodzinną a ustalone granice zależności i wpływów były zasadniczo nieprzekraczalne. Media wszystkie te bariery obaliły, nie ma już tzw. tematów tabu w wymiarze życia społecznego i rodzinnego – o dojrzałości, seksie, władzy, śmierci może się dowiedzieć każdy, bez potrzeby wtajemniczenia, przynależności do określonej grupy wyznaniowej czy też bez uczestnictwa tradycyjnej międzypokoleniowej wymiany kulturowej w rodzinie<sup>5</sup>.

Dzięki mediom dawne podstawy identyfikacji grupowej (rodzinnej) ulegają zasadniczej przebudowie. Jednak same techniki komunikacyjne nie mają tu bezpośredniego wpływu na zwyczaje i praktyki kulturowe. Wywierają go dopiero poprzez instytucje społeczne, jakimi są media, te zaś zależą od kontekstu społecznego i kulturowego<sup>6</sup>. Dlatego tak niezwykle ważne wydaje się podjęcie tematu wpływu mediów na kreowanie kultury środowiska rodzinnego, w którym nie tylko wszyscy członkowie rodziny powinni odnajdywać bezpieczny „azyl”, ale które również powinno stać się za przyczyną mediów swoistym zaczynem podnoszenia standardów życia społecznego i rodzinnego oraz odnowy duchowej człowieka.

<sup>4</sup> Por. T. Rostowska, *Rodziny przekaz wartości*, „Problemy Rodziny” 1996, nr 4, s. 14.

<sup>5</sup> Por. T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*, Warszawa-Kraków: PWN 1999, s. 143.

<sup>6</sup> Tamże.

## 1. Wychowawczy charakter kultury środowiska rodzinnego

W swoim nauczaniu Jana Pawła II mocno podkreśla, że rodzina jako wspólnota osób jest dla każdego człowieka drogą pierwszą i z wielu względów najważniejszą. Jest drogą powszechną, pozostając za każdym razem drogą szczególną, jedyną i niepowtarzalną, tak jak niepowtarzalny jest każdy człowiek<sup>7</sup>. Charakterystyczna dla wszystkich epok i kultur stanowi integralną część każdego społeczeństwa oraz jego najmniejszą, a zarazem podstawową komórkę, będącą elementarną instytucją dla życia każdego społeczeństwa<sup>8</sup>. Po mimo tak wieku ujęć rodzinę często określa się również jako naturalne i podstawowe środowisko życia człowieka, w jakim zawiera się zespół warunków, w których człowiek bytuje i czynników, otaczających go w codziennym życiu, oddziałujących stale lub przez dłuższy czas i jeśli nawet nie determinują, to jednak zdecydowanie wpływają na jego jakość zarówno w wymiarze materialnym, jak i duchowym. Człowiek i środowisko rodzinne są ze sobą nierozzerwalnie związane, oddziałują na siebie i tworzą wzajemnie relacje. Związek ten wyraża się w stwierdzeniu, że człowiek jest istotą rodzinną (*homo familiaris*). To rodzina bowiem kształtuje u człowieka pierwsze wyobrażenie o świecie oraz jest głównym ogniwem pośredniczącym w przekazywaniu najważniejszych treści kulturowych między osobą i społeczeństwem, definiując, co jest dobre, a co złe<sup>9</sup>.

Przystępując zatem do analizy zagadnienia kultury środowiska rodzinnego, należy podkreślić na wstępie, że już samo jednoznaczne zdefiniowanie kultury (łac. *colere* – uprawiać) nie jest zadaniem prostym. Jest to bowiem pojęcie złożone i wieloznaczne, co sprawia, że na określenie zjawisk kulturowych wypracowano wiele różnych stanowisk teoretycznych. Najczęściej spotykane różnice w teoretycznym ujmowaniu kultury sprowadzają się do odmiennego rozłożenia akcentu na dany jej aspekt bądź ustalenia innego typu związków i zależności<sup>10</sup>. Różnice te potwierdzają, że kultura jest zjawiskiem o niezwykłym bogactwie treści, które w sposób istotny wpływają na życie jednostek i całych społeczeństw.

Mianem kultury w sensie ogólnym można zatem oznaczyć wszystko, czym człowiek doskonali i rozwija wielorakie uzdolnienia swego ducha i ciała, a drogą poznania i pracy w wolności poddaje sam świat pod swoją władzę, czyniąc bardziej ludzkim życie społeczne tak w rodzinie, jak i w całej społeczności państwowej przez postęp obyczajów i instytucji; wyrażając, przekazując i zacho-

<sup>7</sup> Zob. Jan Paweł II, *List do rodzin*, Kraków: Wyd. Św. Stanisława 1994, s. 14-20.

<sup>8</sup> Zob. F. Adamski, *Socjologia małżeństwa i rodziny. Wprowadzenie*, Warszawa: PWN 1982, s. 21-25.

<sup>9</sup> Por. R.K. Merton, *Teoria socjologiczna i struktura społeczna*, Warszawa: PWN 1982, s. 200.

<sup>10</sup> Por. E. Włodarczyk, *Kultura*, w: T. Pilch (red.), *Encyklopedia pedagogiczna XXI wieku*, t. 2, Warszawa: „Żak” 2003, s. 951-954.

wując jednocześnie w swoich dziełach w ciągu wieków wielkie doświadczenia duchowe i dążenia, aby służyły one postępowi wielu, a nawet całej ludzkości<sup>11</sup>. Takie ujęcie kultury pozwala przede wszystkim dostrzec człowieka jako podmiot i twórcę kultury oraz zaakcentować jego wolność, która gwarantuje, że w tym, co jest tworzone, rzeczywiście wypowie się cała głębia ludzkiego ducha. Kultura ma zatem służyć rozwojowi i doskonaleniu człowieka i społeczności ludzkiej, ma być tym, przez co człowiek staje się bardziej człowiekiem. Kryterium aksjologiczne, wprowadzone do rozważań o kulturze, podkreśla jej doskonalące zadania i tym samym wskazuje na wychowawczy wymiar kultury, określając równocześnie jej służebny charakter oraz prymat kultury duchowej nad materialną. Wyakcentowanie wychowawczego charakteru kultury pozwala na wskazanie rodziny, która jest niezastąpionym miejscem wychowania, jako nośnika inkulturacji przez przekazanie języka, wierzeń, zwyczajów i wartości<sup>12</sup>.

Rodzina jest niewątpliwie grupą kulturotwórczą, może tworzyć kulturę i ją przekazywać, ponieważ ma wyraźnie zakreślony charakter przez prawo i więzy pokrewieństwa, wyraźnie zakreśloną przestrzeń, jest bardzo zróżnicowana wewnątrz pod względem wieku, doświadczeń, płci i funkcji oraz występuje w niej ogromna ilość różnorodnych kontaktów bezpośrednich i całościowych „twarzą w twarz” związanych z osobistymi, głębokimi przeżyciami<sup>13</sup>. Rodzina jest zdolna do wytworzenia znaków wzajemnej komunikacji, które czerpie z zewnętrznego otoczenia i nadaje im swoje znaczenia, włączając je do jej funkcjonowania. W procesie socjalizacji rodzina kształtuje człowieka twórczego, wprowadzając go w świat wartości i norm z nich wynikających, przez rozwijanie właściwości poznawczych wprowadza go w świat działań, formułując wzory zachowań, a wśród nich postawy życiowe i role społeczne. W rodzinie następuje najpełniejszy przekaz kultury i jej wytworów oraz wszelkich norm i nadawania znaczeń, ponieważ dokonuje się w kontekście wzajemnej miłości, bezinteresowności, dialogu osobowym od pokoleń starszych do młodszych<sup>14</sup>. Kultura jest bezpośrednio związana z człowiekiem i najbliższym mu środowiskiem, bez niego nie istnieje, jest efektem rozwoju i dzięki niej człowiek się rozwija. Rodzina oparta na bazie języka przekazuje dziedzictwo kulturowe i broni je przed uprzedmiotowieniem i umasowieniem, przed unifikacją, co na pewno dopełnia podmiotowa i twórcza postawa indywidualnej osoby<sup>15</sup>.

<sup>11</sup> Por. *Gaudium et spes*, w: *Sobór Watykański II, Konstytucje, Dekrety, Deklaracje*, Poznań: Pallottinum 1986, nr 53, 59, s. 583, 587.

<sup>12</sup> Por. J. Wilk, *Pedagogika rodziny*, Lublin: Wyd. Salezjańskie 2002, s. 63-65.

<sup>13</sup> Zob. L. Dyczewski, *Kulturotwórcza rola rodziny*, „Studia Polonijne” 12(1989), s. 46-53.

<sup>14</sup> Tamże, s. 49-51.

<sup>15</sup> Zob. J. Nikitorowicz, *Funkcja kulturowa rodziny w społeczeństwie wielokulturowym*, w: J.M. Dołęga, J.W. Czartoszewski, (red.), *Rodzina w nauce i kulturze*, Olecko: Wyd. MWN 2000, s. 231-244.

Kultura jest zatem jednym z istotnych obszarów i narzędzi wychowawczego oddziaływania środowiska rodzinnego, które działa na jednostkę stale lub przez czas dłuższy albo krótko, lecz ze znaczną siłą, jako samorzutny lub zorganizowany system kształtujących ją podmiot<sup>16</sup>. L. Dyczewski stwierdza, że dzieciństwo jest najważniejszym okresem w procesie przekazywania dziecku dziedzictwa kulturowego rodziny. „W tym okresie swego życia człowiek jest biologicznie i duchowo najbardziej dynamiczny i plastyczny, najbardziej nastawiony na rozwój i łatwo przyswaja wszystko, co go otacza. Jak gąbka wchłania wilgoć zawartą w powietrzu, tak człowiek nasiąka wartościami, normami i zwyczajami, uznawanymi w jego rodzinnym środowisku”<sup>17</sup>. Cechy rodziny jako środowiska kulturowego kształtują się pod wpływem otaczającej ją rzeczywistości społeczno-ekonomicznej i tradycji kulturowej, której jest nosicielem oraz w wyniku wzajemnego oddziaływania na siebie poszczególnych osób, ich indywidualnych postaw i zachowań<sup>18</sup>.

Zdaniem J. Wilka, wychowawcza wartość kultury środowiska rodzinnego w życiu człowieka wyraża się przede wszystkim przez kulturę materialną i duchową rodziny, kulturę pedagogiczną rodziców, relacje międzyosobowe w rodzinie oraz atmosferę rodzinną, będącą niejako wypadkową wszystkich sił (elementów) działających w środowisku rodzinnym<sup>19</sup>. Wyjątkowość tych elementów w sposób szczególny wynika z faktu, że tworzą one zawsze środowisko rodzinne o jedynym i niepowtarzalnym charakterze mające swe żywe odzwierciedlenie w osobowości człowieka.

Wychowawczy charakter środowiska rodzinnego wyraża się przede wszystkim w materialnym wyposażeniu rodziny, stanowiącym niezbędną bazę do funkcjonowania rodziny (standard życiowy), ściśle powiązaną z pojęciami gospodarności i zapobiegliwości. Do głównych wyznaczników kultury materialnej rodziny zalicza się przede wszystkim posiadanie „domu” i odpowiednie jego wyposażenie, zapewniające członkom rodziny poczucie intymności i bezpieczeństwa. Symboliczny wymiar domu stanowi nieodzowny element w wychowaniu młodego pokolenia (socjalizacja, inkulturacja), wyznaczający w przyszłości poziom jego dojrzałości społecznej. Rodzina, bazując zatem na „dorobku materialnym”, staje się miejscem przechowywania i przekazywania wszelkich wartości duchowych, zarówno tych ogólnoludzkich, stanowiących dziedzictwo całej ludzkości, jak i tych własnych, dziedziczonych i kultywowanych z pokolenia na pokolenie. Wyrazem duchowej kultury rodziny o niezwykłej sile oddziaływania wychowawczego jest przede wszystkim słowo, symbol, rytuał

<sup>16</sup> Por. A. Kamiński, *Funkcje pedagogiki społecznej. Praca socjalna i kulturalna*, Warszawa: PWN 1982, s. 40.

<sup>17</sup> L. Dyczewski, *Rodzina polska i kierunki jej przemian*, Warszawa: ODISS 1981, s. 208.

<sup>18</sup> Zob. J. Bednarski, *Zróznicowanie rodzinnych środowisk kulturowych*, Poznań: WP 1987, s. 119.

<sup>19</sup> Zob. J. Wilk, *Pedagogika rodziny*, s. 53.

i wartości; to przez nie i w nich każdy człowiek określa i wyraża swoją tożsamość. Integralną częścią kultury środowiska rodzinnego jest również zdolność rodziców do umiejętnego reagowania w sytuacjach wychowawczych (w zakresie metod i środków), zgodnego z potrzebami dziecka, określonego przez wiedzę, system wartości, norm i sposobów zachowania, połączonego ze świadomością celów wychowania. Kompetencje wychowawcze rodziców stają się niezbędnym zaczątkiem kształtowania się twórczego (wyzwalającego) układu relacji międzyosobowych w środowisku rodzinnym, w którym każdy członek rodziny odnajduje miejsce dla siebie. Osobista kultura pedagogiczna rodziców jest zawsze w jakimś stopniu przejawem ogólnej kultury rodziny, a także wyrazem troski instytucji społecznych w zakresie pedagogizacji rodziców. Ostatecznie dopełnieniem wychowawczego charakteru kultury środowiska rodzinnego jest atmosfera rodzinna (klimat rodziny), stanowiąca oryginalną i dynamiczną, a zarazem emocjonalnie zabarwioną rzeczywistość codziennego życia rodziny. Jej siła wychowawczego oddziaływania wyrasta z naturalnej więzi miłości i poczucia odpowiedzialności wśród członków rodziny za jej całość oraz za każdego z nich z osobna<sup>20</sup>.

Współcześnie jednak coraz częściej mówi się o kryzysie socjalizacji w sensie kulturowym w obrębie rodziny, czyli wprowadzaniu młodego pokolenia w system norm i wartości. Coraz doskonalsze formy przekazu informacji wskazują, że nie tyle treść przekazu, ile sama forma wpływa na zmiany zachodzące w człowieku. Dominujący wpływ ekonomii na kulturę prowadzi do korzystania z tzw. kultury niskiej, najczęściej dostępczej, mało ambitnej<sup>21</sup>.

„Kultura globalna” początku XXI wieku zdaje się zatem pozbawiona owego ukierunkowania na człowieka (podmiot i twórcę kultury) i środowisko rodzinne o wyraźnym zabarwieniu wychowawczym. Ponowoczesność nie sprzyja bowiem angażowaniu się w trwałe i silne przekonania, nie ma utrwalo-nych standardów, jest czasem relaksu, hedonizmu i indywidualizmu, życia chwilą. Aspekty kulturowe ponowoczesności pomijają tradycję, natomiast koncentrują się głównie na poszukiwaniu nowości i innowacji, chwilowej radości, euforii, nostalgii, niekonsekwencji<sup>22</sup>. Wiele cech współczesnej kultury odzwierciedlają mas media, od których w coraz większym stopniu „uzależnia” się człowiek, rodzina i całe społeczeństwa. To one kreują rzeczywistość, dostarczają informacji, rozrywki, wzruszeń starają się odpowiedzieć na wszystkie ludzkie potrzeby; tylko czy ów przekaz jest ukierunkowany na budowanie cywilizacji prawdy i miłości? Dlatego tym bardziej szczególne zadanie spoczywa na rodzinie, stanowiącej swoistą osłonę (filtr) przed negatywnym wpływem

<sup>20</sup> Tamże, s. 52-87.

<sup>21</sup> Por. D. Bis, *Style życia dzieci w kontekście medialnym*, w: H. Marzec, C. Wiśniewski, (red.), *Rodzina na początku III tysiąclecia – obraz przeszłości i teraźniejszości*, t. 2, Piotrków Trybunalski: NWP 2009, s. 262-263.

<sup>22</sup> T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe*, s. 147-148.

mass mediów, lansujących konformizm i relatywizm moralny, aby wciąż pełniła rolę twórcy i przekaziciela kultury.

## 2. Kulturotwórcze funkcje mediów w środowisku rodziny

Procesy komunikowania są zwykle uwarunkowane wieloma czynnikami, w ramach których „mówić można o trzech układach kultury. Pierwszy z nich wiąże się z nieformalnym, bezpośrednim procesem komunikowania. Drugi układ kultury – instytucjonalny – polega na bezpośrednim, lecz formalnym procesie komunikowania, gdzie występuje wewnętrzny krąg odbiorców oraz zewnętrzny krąg nadawców i organizatorów. Trzeci układ kultury opiera się na środkach pośredniego komunikowania, na układzie środków masowego przekazu”<sup>23</sup>. Ta kulturotwórcza funkcja mediów w odniesieniu do środowiska rodzinnego budzi stosunkowo najczęściej kontrowersji, co niewątpliwie wynika m.in. z różnorodnego podejścia do kultury, jej zadań, wartości oraz kierunku i intensywności przeobrażeń. Nie brak zatem głosów przypisujących mediom przemożnego wpływu na kształtowanie norm i wzorców postępowania w rodzinie, poprzez poglądy umiarkowane, aż do totalnej krytyki, do zdecydowanego obwiniania ich za obniżenie poziomu kultury środowiska rodzinnego, kształtowanie złego smaku i wręcz oglupianie społeczeństwa i niszczenie rodziny. Niemniej jednak dystansując się od skrajnych opinii, należy dostrzec kulturotwórcze funkcje mediów<sup>24</sup> w środowisku rodzinnym, do których możemy zaliczyć przede wszystkim:

– funkcję upowszechniania różnorodnych treści – jest to jedna z podstawowych funkcji kulturotwórczych mediów. Dostarcza ona różnorodnych informacji członkom rodziny i pozwala je poznać i zrozumieć, motywuje ich do kształcenia i samowychowania, uzupełnia braki edukacji i dostarcza przeżyć estetycznych oraz budzi i rozwija zainteresowania, pozwalając rodzinie na kulturalne i wspólne spędzanie czasu wolnego oraz zacieśnienie międzyosobowych więzi rodzinnych;

– funkcję ludyczną – realizują ją przede wszystkim „twórcze” programy rozrywkowe. Kultura zawsze znajdowała swe mocne zakorzenienie w zabawie i świętowaniu. Funkcja ta dostarcza członkom rodziny wspólnych przeżyć i odprężenia oraz poprawia ich samopoczucie; bawiąc, uczy i uwrażliwia ich na

<sup>23</sup> E. Włodarczyk, *Kultura*, s. 954.

<sup>24</sup> Zob. J. Gajda, *Dominująca rola mass mediów i hipermediów w kulturze i edukacji*, w: Tenże, *Edukacja medialna*, Toruń: Adam Marszałek 2002, s. 54-59.

wartości tkwiące w sztuce, wpływa także na kształtowanie ich opinii i postaw moralnych, poszerzając zakres kultury duchowej rodziny;

– funkcję stymulacyjną – polega na szukaniu najważniejszych dla człowieka dróg samorealizacji poprzez różnorodne kontakty z nauką i sztuką, a także poprzez budzenie zainteresowań twórczych. Pobudza ona członków rodziny do aktywniejszego i pełniejszego odbioru treści dostarczanych przez media, podnoszenia własnego poziomu kulturalnego (uczestnictwa w kulturze) oraz kształtowania postawy tzw. otwartego umysłu na świat;

– funkcję wzorotwórczą – wyraża się w propagowaniu określonych stylów życia, ideałów, wzorów postępowania i zachowania oraz treści wychowawczych, znajduje swe aktywne urzeczywistnienie w kulturze pedagogicznej rodziców. Dla członków rodziny stanowi ona ważny punkt odniesienia w zakresie upowszechniania określonych stylów godziwego życia, wyrabiania indywidualnych i zróżnicowanych zainteresowań oraz czynienia człowieka bardziej elastycznym i podatnym na pozytywne zmiany;

– funkcję interpersonalną – wynika ona głównie z powszechności i dostępności do mediów, zacieśniając świat do granic „globalnej wioski”. Dzięki tej funkcji człowiek może lepiej zrozumieć problemy i potrzeby swoich bliskich w środowisku rodziny, ale także innych, żyjących często w odległych częściach świata. Pozwala to człowiekowi na ukulowanie i samookreślenie się w życiu, co zwiększa jego wrażliwość i otwartość na innych ludzi oraz pozwala mu budować trwałe relacje międzysobowe w rodzinie.

Wymienione kulturotwórcze funkcje mediów w środowisku rodziny uzależnione są tak od treści programowych przez nie upowszechnianych, jak również od użytku, jaki z nich robi odbiorca. W przypadku rodziny są to poszczególni członkowie rodziny, aczkolwiek szczególna rola przypada tutaj rodzicom jako tym, którzy przede wszystkim są odpowiedzialni za bezpieczne i twórcze poruszanie się swych dzieci w świecie mediów.

### 3. Medialny obraz rodziny w kulturze upozorowania

Rodzina, uczestnicząc w aktywnym i twórczym przekazywaniu dzieciom wartości, norm moralnych i wzorów zachowań oraz obyczajów kulturowych, moralnych i religijnych – niekiedy bez głębszej refleksji, sama ulega wpływom mass mediów lansujących przede wszystkim kulturę masową, tak często uzależnioną od wpływów mody i pozbawioną głębszych odniesień kulturowych. Media nie tyle przedstawiają rzeczywistość, ile ją niejako wytwarzają, stają się jej źródłem. Wiele współczesnych środków masowego przekazu (telewizja, Internet) nie stanowi już swoistego „lustra”, w którym odzwierciedlane jest

życie społeczne (kultura środowiska rodzinnego); jest raczej odwrotnie, to życie społeczne wraz z tworzącą je kulturą środowiska rodzinnego staje się „imitacją ekranu”. W konsekwencji prowadzi to do powstania „kultury upozorowanej”, w której rzeczywistość społeczna miesza się z medialną do granic nierozróżnialności, kreując tzw. hiperrzeczywistość – dającą w rezultacie człowiekowi fałszywe wyobrażenie rzeczywistości<sup>25</sup>.

Opierając się na tak „spreparowanej” rzeczywistości, ludzie z kolei zdobywają swoje doświadczenia życiowe (przez kontakt z mediami), budując zręby swej wyimaginowanej tożsamości społecznej i rodzinnej. Kultura upozorowania wpisuje się w codzienne życie wielu rodzin m.in. dzięki temu, że media coraz częściej i z większą intensywnością oferują poszczególnym członkom rodziny dostosowaną do ich wieku i potrzeb bardziej interesującą i frapującą rzeczywistość niż ich własne życie i problemy. Medialny przekaz staje się zatem dla wielu z nich „substytutem dla codzienności”<sup>26</sup>, w ich życiu następuje dowolna utrata dystansu do świata mediów. W tym kontekście łatwo zrozumieć, dlaczego tak wielką popularnością cieszą się wszelkie telewizyjne wielosetodcinkowe seriale, oferujące pewien dobrze przemyślany i wyreżyserowany mix fikcji i rzeczywistości (miłość, bogactwo, podróże itp.) o silnym wpływie na życie odbiorców. Dość istotnego znaczenia nabiera tu więc twierdzenie zakładające, że styl życia człowieka jest w dużym stopniu funkcją sposobu, w jaki przetwarzamy docierające do nas informacje (medialne)<sup>27</sup>.

Nawiązując do tezy M. McLuhana, w której zakłada on, że środek przekazu jest przekazem, należy stwierdzić, że zmiany kulturowe w środowisku rodzinnym mimo wszystko mają swe uzasadnienie w treściach przekazywanych za pośrednictwem określonych środków przekazu, lecz również nie bez znaczenia jest coraz powszechniejsza obecność i oddziaływanie samych mediów na środowisko rodzinne człowieka. Sposób przekazu (forma) może więc tylko częściowo wpływać na zmianę docierających do nas treści. Jednym z warunków umożliwiających zatem poznanie w pełni treści przekazu jest zrozumienie natury mediów, które nie tylko w odpowiedni sposób kształtują treści, ale także próbują „urobić i podporządkować” sobie odbiorcę<sup>28</sup>.

W kulturze upozorowania media odwołują się więc nie tylko do tego, co intelektualne, estetyczne i wartościowe, lecz do tego, co sensacyjne, uproszczone, emocjonalne, zorientowane na przyjemność i rozrywkę. Współczesna rodzina żyje niejako zanurzona w ideologii konsumpcji, której wszechobecnym

<sup>25</sup> Zob. Z. Melosik, *Mass media, edukacja i przemiany kultury współczesnej*, „Pedagogika Mediów” 2005, nr 1, s. 61.

<sup>26</sup> L. Grossberg, *Pedagogy in the Age of Reagan. Politics, Postmodernity and the Popular*, „Curriculum and Teaching” 1988, nr 1-2, s. 59.

<sup>27</sup> Por. B. Siemieniecki, *Podstawowe koncepcje społeczeństwa informacyjnego a pedagogika medialna*, „Pedagogika Mediów” 2005, nr 1, s. 88.

<sup>28</sup> Tamże.

narzędziem jest reklama oferująca wszystkim i wszystko w imię większej przyjemności, radości i komfortu. Świadomość rodziców i dzieci jest nieustannie zalewana potokiem reklamowych sloganów stających się z czasem złudnym synonimem „konsumpcyjnego szczęścia”, nieliczącym się z rzeczywistymi potrzebami człowieka. W sposób szczególny cierpi na tym kultura duchowa rodziny; w imię zasady „więcej mieć, niż być” rodzina często wyzbywa się tego, co stanowi jej prawdziwe bogactwo duchowe. Rozluźniają się relacje międzyosobowe w rodzinie, zanikają tradycje rodzinne, wiara, wartości, zaś atmosfera rodzinna staje się zimna i niesprzyjająca wychowawczym kontaktom rodziców i dzieci. Nawiązując do myśli Z. Melosika, można powiedzieć, że idealny konsument współczesnej kultury jest sfragmentaryzowany, posiada sprzeczne motywy, pragnienia i fantazje<sup>29</sup>; z jednej strony wysoko ceni rodzinę i życie rodzinne, z drugiej jednak strony zbyt łatwo poddaje się konsumpcyjnemu stylowi życia, rezygnując z własnych przekonań i ideałów. Media przekonują go codziennie, że może w sposób dowolny, łatwy i szybki zmienić samego siebie i swoje otoczenie – wybierając z kulturowych ofert „nową tożsamość”. Kreowana w ten sposób przez media „kultura globalna” oderwana jest od jakiegokolwiek kontekstu, nie wiąże człowieka z konkretnym miejscem na ziemi (domem), rodziną, narodem, jej istotą jest poszukiwanie „nieuchwytniej-szości” lub „wymyślonej przyszłości”<sup>30</sup>. Człowieka o takiej tożsamości cechuje zwykle mała wrażliwość na świat wartości, różnorodność kulturową i bogactwo ludzkiego ducha, które w środowisku rodzinnym zyskują najpełniejszy wyraz.

Wizerunek rodziny, jaki możemy spotkać obecnie w mediach (radio, telewizja, prasa, Internet), znacznie odbiega od rzeczywistości. Mamy tu bowiem często do czynienia ze skrajnie przeciwstawnymi obrazami rodziny, z jednej strony z idealizacją świata rodzinnego, który wydaje się „przesłodzony” i sztuczny, z drugiej zaś strony z wizerunkiem rodziny obciążonej różnorodnymi problemami bądź patologią. Tak kreowany obraz rodziny w mediach dodatkowo bywa jeszcze uwikłany w gąszcz sensacji i skandali obyczajowo-politycznych. Kolorowe pisma, jak również komercyjne kanały telewizyjne i radiowe koncentrują się zazwyczaj na przedstawianiu „barwnego życia małżeńskiego i rodzinnego” polityków, biznesmenów oraz gwiazd estrady i filmu, nie oddając już prawdy o rzeczywistości życia zwyczajnych rodzin<sup>31</sup>. Podobnie reklama rodzinna, pokazując życie w rodzinie, przywołuje określone emocje, wspomnienia i skojarzenia, by następnie wykorzystać je w sprzedaży określonego produktu pod pozorem odwołania się do wizerunku idealnej i szczęśliwej rodziny, gdzie

<sup>29</sup> Por. Z. Melosik, *Mass media*, s. 60.

<sup>30</sup> Tamże, s. 69.

<sup>31</sup> Por. K. Wolny-Zmorzyński, *Obraz rodziny we współczesnym reportażu polskim*, w: L. Dyczewski, (red.), *Rodzina, dziecko, media*, Lublin: Gaudium 2005, s. 146-147.

dzieci są zawsze grzeczne, rodzice zawsze cierpliwi i wyrozumiali a dziadkowie nieprzygnębieni i radośni<sup>32</sup>. Ze współczesnych przekazów medialnych wynika zatem, że mamy do czynienia z dychotomicznym obrazem społecznej struktury rodziny. Jednym rodzinom dzieje się dobrze, umieją się odnaleźć w społeczeństwie, pogodzić się z przeciwnościami losu, szukają wytrwale nowych możliwości, dbają o dzieci i ich wychowanie. Drugim natomiast dzieje się całkiem źle i popadają w coraz większe trudności, w których problem rodzi problem nie do rozwiązania. Na plan pierwszy wysuwane są zagadnienia dotyczące alkoholizmu, bezrobocia i przemocy, sugerujące zwłaszcza nieodpowiedzialność mężów i ojców, którzy nie umieją stawić czoła problemom i nie zapewniają należytego bezpieczeństwa żonom i dzieciom<sup>33</sup>.

Wydaje się zatem, że współczesny przekaz medialny nie może ograniczać się jedynie do ukazywania fragmentarycznego obrazu rodziny, wyizolowanego z szerszego kontekstu społeczno-kulturowego. Media, dystansując się od schematyzmu i powierzchowności przekazu, powinny ukazywać rodzinę w kategorii środowiska kulturowego – spoglądając na nią przez pryzmat kulturowych warunkowań, kulturowych regulatorów i kulturowych przejawów życia rodzinnego, a więc niejako dokonując jej „medialnej analizy” jako przejmującej, współtworzącej i przekazującej określone normy, wartości i wzory kulturowe<sup>34</sup>. Funkcja inspirująca rodziny w przekazie medialnym powinna zaś łączyć się z budzeniem potrzeb kulturalnych w szerokich kręgach społeczeństwa, które rozumiane jako dążenia i zamierzenia dotyczące uczestnictwa w określonej formie działalności pełnią funkcje regulacyjne, wpływając na kształtowanie się postaw ku prawdzie, dobru i pięknu, ku trzem podstawowym wartościom każdej kultury.

Rodzina stanowi zatem naturalne środowisko życia człowieka o niezwyklej sile oddziaływania na jego sposób funkcjonowania w społeczeństwie. Jednocześnie jest niezwykle „areną”, na której spotykają się i ścierają różne nurty kulturowe, również te współczesne wspierane przez środki masowego przekazu; ukierunkowując jej rozwój, inicjując zmiany, stwarzając rodzaj pewnego napięcia między tym, co tradycyjne, a tym, co nowe. Rodzina nie może istnieć bez kultury i kultura nie może istnieć bez rodziny, jest to ten rodzaj symbiozy, który pozwala zawsze na poszukiwanie i odkrywanie nowych płaszczyzn współistnienia i porozumienia.

<sup>32</sup> Por. A. Leszczuk-Fiedziukiewicz, *Wizerunek rodziny i dziecka w reklamie telewizyjnej*, w: L. Dyczewski, (red.), *Rodzina*, s. 193; E. Wysokińska, *Wizerunek rodziny w reklamie prasowej Tygodnika „Przyjaciółka” w latach 1989-2004*, w: L. Dyczewski, (red.), *Matżeństwo i rodzina w nowoczesnym społeczeństwie*, Lublin: Wyd. KUL 2007, s. 207-208.

<sup>33</sup> K. Wolny-Zmorzyński, *Obraz rodziny*, s. 148-150.

<sup>34</sup> Por. J. Bednarski, *Zróźnicowanie*, s. 5.

#### 4. Kultura popularna płaszczyzną twórczego współdziałania rodziny i mediów

Poszukując odpowiedniego „kontekstu kulturowego” dla owocnej i twórczej współpracy rodziny i mediów, należy zauważyć, iż taka możliwość otwiera się obecnie na płaszczyźnie kultury popularnej. W odczuciu przeciętnego „konsumenta kultury” kojarzy się ona przede wszystkim z rozrywką, reklamą, Internetem, nowymi technologiami medialnymi i wieloma innymi dziedzinami życia, które codziennie stają się udziałem milionów rodzin na całym świecie. Kultura popularna ma swe korzenie w kulturze masowej XX wieku i stanowi jej kolejny etap rozwoju; począwszy od odbiorcy biernego i anonimowego, ewoluuje ku odbiorcy o zindywidualizowanych potrzebach nie tylko chłonięcia informacji i rozrywki, ale również wyrażającego potrzebę kształtowania za pomocą multimedialnych odbieranego przez siebie przekazu medialnego<sup>35</sup>. Kultura popularna stwarza więc możliwość pewnej formy „dialogu” między jednostką, grupą a „światem mediów”. W tej perspektywie współpraca między rodziną a mediami nie tylko jest możliwa, ale już częściowo się realizuje przez możliwość, jaką otrzymuje odbiorca w postaci wyboru bogatej oferty nadawanych treści z wielu źródeł nadawczych. Ważną rolę mogą tu odegrać tzw. media interaktywne, które stwarzają możliwość do spotkania się zapotrzebowania i zainteresowania odbiorcy (rodziny) z ofertą nadawcy w przestrzeni medialnej, w postaci np. poradnictwa i wsparcia rodzinnego, dyskusji nad problemami rodziny, pedagogizacji rodziców, organizacji czasu wolnego i rozrywki itp. Kultura popularna stwarza więc sposobność rodzinie do aktywnego i twórczego wykorzystania mediów i włączenia ich w procesy socjalizacji i inkulturacji dokonujące się w rodzinie i poprzez rodzinę.

Nie należy jednak zapominać, że kultura popularna w swej istocie jako dynamiczna, heterogeniczna rzeczywistość, kreowana zarówno przez zespoły profesjonalistów, jak i „fanów odbiorców”, służy przede wszystkim rozrywce. Nie przekreśla to jej wartości jako nośnika treści kulturotwórczych w środowisku rodzinnym, a może stanowić nawet pewien atut w postaci powszechnej dostępności i dużego zapotrzebowania na jej usługi na runku medialnym. Kultura popularna, by mogła jednak stać się sprzymierzeńcem rodziny we współczesnym globalizującym się świecie, musi uwzględnić w swym przekazie medialnym integralność i „bogactwo” ludzkiego bytu, tak w wymiarze indywidualnym, jak i wspólnoty rodzinnej. Z kolei członkowie rodziny, by mogli być odpowiedzialnymi i wymagającymi odbiorcami kultury popularnej, muszą

<sup>35</sup> Por. A. Sugier-Szerega, *Dziecko a kultura popularna*, w: D. Wadowski (red.), *Kultura – Media – Społeczeństwo*, Lublin: Wyd. KUL 2007, s. 543-544.

uczestniczyć w procesie wychowania medialnego, prowadzonego na różnych poziomach życia społecznego (w rodzinie, szkole, instytucjach kulturalnych). Pozwoliłoby to z czasem przygotować zwłaszcza młode pokolenie do rozumienia świata mediów i związanej z nim kultury oraz do świadomego i krytycznego odbioru i tworzenia obrazów medialnych, a w konsekwencji do nabycia kompetencji do selektywnego i zarazem twórczego korzystania z wytworów kultury popularnej<sup>36</sup>.

Rodzice zatem jako pierwsi i niezastąpieni wychowawcy, kultywując i ukazując swoim dzieciom świat wartość, tradycji i symboli, a jednocześnie odnosząc się z szacunkiem i troską do ich „fascynacji” mediami i kulturą popularną, są w stanie w międzypokoleniowej transmisji uwrażliwiać ich sumienia na to, co wartościowe i godne, a w zamian uczyć się od swoich dzieci tego, co nowe.

## 5. Refleksja końcowa

Nowa ciągle poszerzająca się przestrzeń oddziaływania mediów na rodzinę wzbudza szereg refleksji natury aksjologicznej, moralnej czy pedagogicznej, związanych m.in. z zagadnieniem komunikacji i porozumiewania się w rodzinie czy też budowania więzi międzyosobowych i wspólnotowych opartych na zasobach kultury materialnej i duchowej rodziny. Globalizacja kultury i złożona sytuacja społeczna, prawna i ekonomiczna rodziny w społeczeństwach ponowoczesnych nie służą procesom integracji i inkulturacji w rodzinie. Media kolonizujące środowisko rodziny mogą dodatkowo wzmacniać podziały i wyjaławiać kulturę duchową i materialną rodziny, zastępując ją kulturą upozorowania, ale mogą również na płaszczyźnie kultury popularnej stwarzać możliwość do wzbogacenia tego, co tradycyjne, o nowe wartości i sposoby uczestnictwa wszystkich członków rodziny w kulturowym dorobku ludzkości. Rodzą się jednak pytania, w jaki sposób pozyskać media dla procesów inkulturacji rodzinnej, jak sprawić, by stały się one źródłem rozwoju i integracji rodziny. Odpowiedzi na te pytania z pewnością poszukuje współczesna edukacja medialna, ale muszą poszukiwać jej również same media, określając przy tym jednocześnie swój stosunek do odbiorcy przekazu medialnego, jakim jest rodzina.

<sup>36</sup> Tamże, s. 555.

## Bibliografia

- Adamski F., Socjologia małżeństwa i rodziny. Wprowadzenie, Warszawa: PWN 1982.
- Bednarski J., Zróżnicowanie rodzinnych środowisk kulturowych, Poznań: WP 1987.
- Bis D., Style życia dzieci w kontekście medialnym, w: H. Marzec, C. Wiśniewski, (red.), Rodzina na początku III tysiąclecia – obraz przeszłości i terażniejszości, t. 2, Piotrków Trybunalski: NWP 2009, s. 255-265.
- Denek K., Cywilizacja informacyjna i edukacja medialna, w: T. Lewowicki, B. Siemieniecki (red.), Rola i miejsce technologii informacyjnej w okresie reform edukacyjnych w Polsce, Toruń: Adam Marszałek 2002, s. 25-37.
- Dyczewski L., Kulturotwórcza rola rodziny, „Studia Polonijne” 12(1989), s. 46-53.
- Dyczewski L., Rodzina polska i kierunki jej przemian, Warszawa: ODISS 1981.
- Gajda J., Dominująca rola mass mediów i hipermediów w kulturze i edukacji, w: Tenże, Edukacja medialna, Toruń: Adam Marszałek 2002, s. 45-76.
- Gaudium et spes, w: Sobór Watykański II. Konstytucje, Dekrety, Deklaracje, Poznań: Wyd. Pallottinum 1986, nr 53, 59.
- Goban-Klas T., Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu, Warszawa-Kraków: PWN 1999.
- Grossberg L., Pedagogy in the Age of Reagan. Politics, Postmodernity and the Popular, „Curriculum and Teaching” 1988, nr 1-2, s. 58-63.
- Izdebska J., Rodzina, dziecko, telewizja. Szanse wychowawcze i zagrożenia telewizji, Białystok: Trans Humana 2001.
- Jan Paweł II, List do rodzin, Kraków: Wyd. Św. Stanisława 1994.
- Kamiński A., Funkcje pedagogiki społecznej. Praca socjalna i kulturalna, Warszawa: PWN 1982.
- Leszczuk-Fiedziukiewicz A., Wizerunek rodziny i dziecka w reklamie telewizyjnej, w: L. Dyczewski, (red.), Rodzina, dziecko, media, Lublin: Gaudium 2005, s. 192-205.
- Melosik Z., Mass media, edukacja i przemiany kultury współczesnej, „Pedagogika Mediów” 2005, nr 1, s. 57-75.
- Merton R.K., Teoria socjologiczna i struktura społeczna, Warszawa: PWN 1982.
- Nikitorowicz J., Funkcja kulturowa rodziny w społeczeństwie wielokulturowym, w: J.M. Dołęga, J.W. Czartoszewski (red.), Rodzina w nauce i kulturze, Olecko: MWN 2000, s. 231-244.
- Rostowska T., Rodzinny przekaz wartości, „Problemy Rodziny” 1996, nr 4, s. 13-18.
- Siemieniecki B., Podstawowe koncepcje społeczeństwa informacyjnego a pedagogika medialna, „Pedagogika Mediów” 2005, nr 1, s. 85-99.
- Sugier-Szerega A., Dziecko a kultura popularna, w: D. Wadowski, (red.), Kultura – Media – Społeczeństwo, Lublin: Wyd. KUL 2007, s. 543-555.
- Wilk J., Pedagogika rodziny, Lublin: Wyd. Salezjańskie 2002.

- Włodarczyk E., Kultura, w: T. Pilch (red.). Encyklopedia pedagogiczna XXI wieku, t. 2, Warszawa: „Zak” 2003, s. 950-959.
- Wolny-Zmorzyński K., Obraz rodziny we współczesnym reportażu polskim, w: L. Dyczewski, (red.), Rodzina, dziecko, media, Lublin: Gaudium 2005, s. 145-154.
- Wysokińska E., Wizerunek rodziny w reklamie prasowej tygodnika „Przyjaciółka” w latach 1989-2004, w: L. Dyczewski, (red.), Małżeństwo i rodzina w nowoczesnym społeczeństwie, Lublin: Wyd. KUL 2007, s. 193-210.

### Summary

#### The media and the culture of the family environment

A new, ever increasing space of the media influencing the family arouses a number of reflections of axiological, moral or pedagogical nature. It is also connected with the issue of communication in the family or the building up of interpersonal and community bonds on the basis of the material and spiritual resources of the family. „Globalization of culture” and a complex social, legal and economic situation of the family in the post-modern society do not contribute to the processes of integration and inculturation in the family.

The media, colonizing the family environment, can additionally strengthen the divisions and sterilize the spiritual and material culture of the family, replacing it with the „culture of appearances”. However, on the level of popular culture, they may also create possibilities to enrich what is traditional with new values and ways of participation of all family members in the cultural wealth of mankind. However, questions arise in what way to gain the media for the processes of family inculturation, and how to make them the source of development and integration of the family. Answers to these questions are certainly sought by the contemporary medial education, but they also have to be sought by the media themselves, which at the same time have to define their relation to the receiver of the medial message, which is the family.