

Janusz Gajda
gajdaj@o2.pl
Wyższa Szkoła Pedagogiczna ZNP
Warszawa

Nowa formuła sympozjum – nowe wyzwania

Uwagi wstępne

Dwudzieste ogólnopolskie sympozjum naukowe, organizowane przez Katedrę Technologii i Mediów Edukacyjnych Uniwersytetu Pedagogicznego im. KEN w Krakowie, zmieniło w tym roku formułę, co wyraźnie wynika z jego trójczłonowego tytułu: CZŁOWIEK – MEDIA – EDUKACJA. Janusz Morbitzer – nieustrudzony organizator wszystkich sympozjów i redaktor publikowanych materiałów – słusznie podkreśla w rozesłanych do uczestników zaproszeniach, że w całościowym spojrzeniu na rolę wszystkich mediów w edukacji chodzi o wyeksponowanie naczelnej roli człowieka jako twórcy i odbiorcy rzeczywistości medialnej i edukacyjnej, stąd wyraża nadzieje, że nadesłane artykuły będą ujmowały takie szerokie spektrum zagadnień. Ta rozszerzona formuła mieści się w zdobywającym dominujące znaczenie nurcie społeczno-kulturowym i jednocześnie humanistycznym. Jest ona mi bardzo bliska, ba – propagowana przeze mnie od zarania mojej działalności naukowej i wyraźnie wyeksponowana w „Pedagogice kultury w zarysie” [Gajda, 2006, s. 164-175] i „Pedagogice medialnej” pod red. B. Siemienieckiego [Gajda, 2007, s. 69-102]. Przywołuję te dwie pozycje dlatego, ponieważ proponowałem w nich między innymi podjęcie istotnych tematów badawczych, wciąż aktualnych, a tu ponownie ośmielam się zaproponować jako godne podjęcia tematy badawcze i zespołowe działania praktyczne jako wyzwania wynikające z szeroko rozumianej edukacji medialnej.

Istotne, pilne tematy badawcze i ich charakter

1. Całościowe badanie wszystkich mediów (mass mediów i hipermediów) w pankulturowych przemianach

Takie globalne ujęcie, w dużym stopniu wymuszone przemianami społeczno-ekonomicznymi i cywilizacyjnymi obliguje do badania roli i miejsca poszczególnych mediów na wszystkich szczeblach i zakresach edukacji z położeniem nacisku na umiejętność korzystania z ich bogatej oferty w rozwoju społecznym, intelektualnym, emocjonalnym oraz moralnym. Chodzi najogólniej o kształtowanie kompetencji medialnych, które – upraszczając – można sprowadzić do umiejętności wyboru i aktywnego wzbogacającego odbioru. Dotyczy to zarówno odbiorców, jak i twórców oraz producentów. Aspekt moralny i obywatelski jako imperatyw każdego twórcy (w przypadku Internetu każdy może być twórcą) i odbiorcy przekłada się na świadomość odpowiedzialności moralnej i obywatelskiej za to, co i jak tworzy czy upowszechnia, w czym uczestniczy.

2. Rola mediów ponadnarodowych i narodowych w kształtowaniu postaw humanistycznych

A zatem w badaniu procesu edukacyjnego chodzi o budowanie człowieczeństwa przez odwoływanie się do uniwersalnych wartości, takich jak: prawda, dobro, piękno, a z bardziej współczesnych: miłość, wolność, tolerancja i solidarność. Wartości te są potrzebne w budowaniu nie tylko pokojowej wspólnoty ludzi jednoczącej się Europy, ale także naszego całego globu, ale i samodoskonalenia człowieka kształtowanego na dobrach kultury intelektualnej (duża rola przypada tu programom Discovery – w badaniach niemalże biała plama!), artystycznej i moralnej. Badanie w aspekcie wartości humanistycznych dotyczy kształtowania i umacniania tożsamości w skali indywidualnej i narodowej, europejskiej i ogólnoświatowej. Szczególnego znaczenie nabiera w tym kontekście postulat wychowania do demokracji – ustroju zapewniającego, przynajmniej teoretycznie, mądrą koegzystencję wszystkich ludzi, przestrzegającego zasad samorządności, zrozumienia dla odrębności i inności, poszanowania praw człowieka.

W przypadku mediów narodowych chodzi o zbadanie, na ile pełnią one przypisywaną im misję – troszczą się o wysoki poziom upowszechnianej kultury, preferują kulturę narodową, są obiektywne i nieskażone komercją.

Kształtowanie jasnych stron człowieczeństwa uwarunkowane jest wyrobieniem dojrzałej postawy aksjologicznej w sferze poznawczej, emocjonalnej i moralnej, a także wybór dobra w imię godności człowieka. Oznacza to realizowanie edukacji interkulturowej w duchu szacunku i rozumienia dla mniejszości bez rozbudzania nacjonalizmów czy konfliktów etnicznych i wszelkiego rodzaju fanatyzmu; poszanowanie zasad praworządności, bycie patriotą małej i dużej ojczyzny, poszanowanie zasad internacjonalizmu, pluralizmu, tolerancji i szacunku dla innych. Ta współcześnie dominująca postawa humanistyczna o charakterze antropologicznym zakłada wyzbycie się mitów i iluzji, a w konsekwencji racjonalne spojrzenie na rzeczywistość, co z kolei prowadzi do wymogów stawianych człowiekowi przez gospodarkę rynkową.

3. Ocena mediów w zakresie edukacji pragmatycznej

Trudna jest ocena powinności mediów, a tym bardziej pełniona przez nie rola edukacyjna wynikająca z wyzwań stawianych przez gospodarkę rynkową. Badania naukowe wykazują wprawdzie zbieżność poziomu wykształcenia z rozwijaniem takich pożądanych dla gospodarki rynkowej cech człowieka, jak: odwaga w podejmowaniu decyzji i odpowiedzialności za swój los, większa odporność na zagrożenia bezrobociem, aktywny udział w instytucjach systemu demokratycznego oraz mniejsza skłonność do ulegania różnym przejawom patologii społecznej. Pojawia się jednak pytanie – czy media w dostatecznym stopniu prowadzą edukację praktycznego sposobu myślenia i działania, a zatem pragmatyzmu: edukację do sukcesu i konkurencyjności oraz gotowości do przystosowania się do zachodzących zmian, a także umiejętności menedżerskie, w tym sprawność w korzystaniu z informacji?

4. Ocena wartości podejmowanej przez media problematyki kreatywności i innowacyjności

Ponieważ na rynku osobowości coraz bardziej się liczą takie walory człowieka, jak jego kreatywność, zdolności innowacyjne, przedsiębiorczość, konieczne jest podjęcie badań roli mediów i w tym zakresie. Podkreślam – mediów, wszystkich mediów, a nie tylko Internetu, o którym szerzej mówiłem i pisałem w roku ubiegłym [Gajda, 2009]. Istotne znaczenie owych cech człowieka zostało potwierdzone przez Unię Europejską, która rok 2009 ogłosiła Rokiem Kreatywności i Innowacyjności, wychodząc ze słusznego założenia, że kreatywność jest istotnym czynnikiem stymulującym wszystkie obszary działalności ludzkiej, a w tym przede wszystkim rozwój gospodarki opartej na wiedzy, rozwój nauki, technologii, kultury i sztuki. Kreacja, kreatywność, innowacja są stosunkowo młodymi określeniami, a ich rodowód można wyprowadzić z utrwalonego historycznie, bogatego w treści i mającego rangę naukowego pojęcia twórczości odnoszonej głównie do sztuki, a od XX wieku niemalże do wszystkich dziedzin aktywności ludzkiej, w tym nauki, techniki, wychowania, ekonomii, organizacji.

Na poprzednim 19. sympozjum przypomniałem m.in., że dzięki najnowszej technologii były możliwe szybkie i znaczące osiągnięcia w nauce, jak opracowanie genotypu człowieka, wykorzystanie inżynierii genetycznej, nanotechnologii i robotyki, mikroteorii w kreowaniu wiedzy i nowych dyscyplin naukowych jak infonomika.

W czasach najnowszych pojęcia kreatywności i sztuki uległy zbanalizowaniu. Kreatywność utożsamiana jest z aktywnością, a sztuka z umiejętnościami w przeróżnych kontekstach, np. sztuka kochania, sztuka nauczania, gotowania, a nawet uwodzenia. Niemniej jednak można przytoczyć także wiele pozytywnych przykładów dotyczących charakteru i wartości sztuki prezentowanej w mass mediach i hipermediach, jak m.in. prezentacja ciała ludzkiego na skutek mieszania się biosfery z technosferą. Literatura, sztuki plastyczne, a także różne gatunki w sztukach audiowizualnych dostarczają licznych przykładów dekomponowania i dezintegrowania cielesności. Ewidentny postęp technologiczny wpłynął przede wszystkim na podniesienie jakości artystycznej produktu odpowiadającego swoistości danego medium i dotyczy to zarówno poszczególnych tworzyw, jak i rodzajów oraz gatunków twórczości, a także charakteru i sposobu produkcji, w tym montażu i jego funkcji. W plastyce są znane i wykorzystywane komputerowe techniki kopiowania obrazów, projektowania, dobierania barw, nakładania kolorów itp. Coraz większe uznanie zdobywa grafika komputerowa. Obdarzony inwencją twórczą meloman, potrafiący korzystać z dobrodziejstw technologii, może – jak stwierdza Jan Pawluśkiewicz – *Stworzyć całą orkiestrę czy chór bez angażowania jakiegokolwiek muzyka*. Choć uważa, że jest to okropne, to jednak i usprawiedliwia przypominając znaną prawdę, że często fatalne wykonanie utworu przekreśla jego wartość [patrz: „Horyzonty Wychowania” 2008, nr 7]. Media stwarzają szanse wszystkim dla kreowania małych narracji, czego wymownym przykładem są blogi. Internet jest wygodnym polem dla zaistnienia amatorskiej twórczości, nierzadko zwieńczonej sukcesem, jak światowy serwis filmów krótkometrażowych YouTube, umożliwia też zbiorowe formy kreacji przez zaproszenie odbiorców do kontynuowania rozpoczętej formy utworu, co pobudza wyobraźnię i wzbogaca produkt o alternatywne wątki i motywy. Autorzy ci są klasycznym przez to przykładem zacierania się granic między

odbiorcą i twórcą. Analogicznie ma się rzecz ze sztuką słowa w różnych jej formach. Tłumacz szukający określenia znajduje w sieci wszystkie możliwe synonimy. Możliwości Internetu i mass mediów są wręcz olbrzymie. Pojawia się jednak problem edukacyjny zbadania różnego rodzaju nowych odmian sztuki, treści, metod i form dotyczących kreatywności, innowacyjności i przedsiębiorczości w aspekcie aksjologii. Problem otwarty i czekający na gruntowne badanie dotyczy także, a może przede wszystkim, kształtowania postaw kreatywności i innowacyjności.

5. Percepcja mediów lokalnych, ich wartość i pełnione funkcje

Istotnym problemem jest rola mediów regionalnych w stymulowaniu kultury oraz integracji środowiska lokalnego. Popularność tych mediów zasada się na nie do końca uświadomionej ochronie tego, co jest niepowtarzalne i ściśle związane z lokalną tożsamością. Informacja lokalna jest najbliższa doświadczeniu człowieka, dlatego może stosunkowo łatwo sprostać oczekiwaniom odbiorców. Wokół tygodnika, radia, telewizji czy stron internetowych w swoich miejscowościach mogą się skupiać ludzie o ambicjach kreatywnych i tworzyć coś w rodzaju środowiska artystyczno-intelektualnego. Mogą publikować swoje utwory, wyrażać opinie słowem, oddziaływać na innych. Dzięki tym mediom może dokonywać się promocja ich twórczości i upowszechnianie szeroko pojętej kultury lokalnej i regionalnej. To właśnie za ich pośrednictwem łatwiej jest ukazać wartości regionu, jego aktualne problemy, osiągnięcia, zamierzenia i przede wszystkim żywych ludzi – autentycznych bohaterów cichej, pozytywnej pracy. Dzięki nim można skutecznie integrować społeczność lokalną, stymulować pozytywne inicjatywy, promować region, miasto i gminę, a również pozyskiwać sponsorów. Założenia te w praktyce są jednak różnie realizowane. Często owe media ulegają presji lokalnych władz, skażone są naciskami politycznymi i uzależnione finansowo od sponsorów. Zbadanie roli mediów lokalnych, zderzenie funkcji zakładanych z realizowanymi, komplementarności ich wobec mediów narodowych i najogólniej funkcji edukacyjnej, to problem istotny i otwarty.

Zespołowe działania o charakterze praktycznym

Nie od dziś krytykuje się pedagogikę uniwersytecką za oderwanie od praktyki szkolnej. Mocne słowa krytyki padły przed kilku laty na kongresie edukacyjnym zorganizowanym przez Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne. Wielu pedagogów dostrzega zerwanie owych więzi i przyznaje godne uznania poczynania w sferze postępu edukacyjnego w niektórych szkołach, o czym świadczą m.in. wyniki olimpiad. Niemniej jednak poszukujący i twórczy nauczyciele nie mają szerokiego wsparcia w działalności naukowej i publikacyjnej pracowników wyższych uczelni. Nawet Polskie Towarzystwo Pedagogiczne ogranicza się do zrzeszania w swoich szeregach wyłącznie nauczycieli akademickich, a Związek Nauczycielstwa Polskiego zaniechał od dawna prowadzenia wakacyjnych kursów doskonalących. Publikacje łączące teorię z praktyką, jak np. cykl „Z moich doświadczeń”, „Dom i rodzina” wydawane w PRL należą dziś także do historii. Nie kontynuuje się badań centralnie sterowanych problemów węzłowych, dzięki którym m.in. mogłem finansować i wydawać swoje monografie z zakresu mediów. Stąd pozwalam sobie na sformułowanie dwóch wniosków natury pragmatycznej.

1. Konieczność powrotu do przemyślanych badań zespołowych centralnie zaplanowanych i udostępnionych dla osób nimi zainteresowanych. Badania takie mogłyby dotyczyć wspomnianych wyżej przeze mnie obszarów wymagających gruntowniejszej penetracji. Przyczyniłyby się one także do promocji młodej kadry naukowej, zwłaszcza doktorów, a może i habilitantów. Miejmy nadzieję, że łączyłyby one aspekty teoretyczne i praktyczne.

2. Postęp technologiczny wymaga rozszerzenia działalności teoretycznej i praktycznej na najnowsze media elektroniczne. Stąd wydaje mi się konieczne pomyślenie nad otwarciem portali internetowych o charakterze doradczym dla poszukujących nauczycieli z zakresu poszczególnych dziedzin wiedzy, a w tym dotyczącym korzystania z mediów, Internetu, dydaktyki. Osobiście oferuję swój udział w takim zespole zajmującym się problematyką dotyczącą aksjologii, korzystania z mediów, antropologii kultury i roli edukacyjnej telewizji. Uruchomienie tego typu portali wydaje mi się sprawą niezmiernie pilną. Chodziłoby tu o rzeczową inspirację i pomoc dla twórczych nauczycieli z jednoczesną próbą przeciwstawienia się, a może i w jakimś stopniu zahamowania, mnożących się banalnych, małowartościowych publikacji w Internecie.

Uwagi końcowe

Ograniczyłem się tu do wypunktowania – moim zdaniem – kilku tylko problemów godnych podjęcia, celem wywołania szerszej dyskusji podczas naszego sympozjum, ale także kierowanych pod adresem resortu nauki i oświaty, zbliżającego się zjazdu Polskiego Towarzystwa Pedagogicznego w Toruniu, jak również ośrodków doskonalenia nauczycieli. Problem bowiem rozwoju nauki i oświaty jest niezbywalnym obowiązkiem wszystkich obywateli, a zwłaszcza nas, nauczycieli różnego szczebla.

Bibliografia

Gajda J.: *Pedagogika kultury w zarysie*. Wydawnictwo „Impuls”, Kraków 2006

Gajda J.: *Media wytworem i kreatorem współczesnej kultury – kulturowe uwarunkowania mediów*. [W:] *Pedagogika medialna*. Pod red. B. Siemienieckiego. PWN, Warszawa 2007, s. 69-102

Gajda J.: *Internet jako narzędzie wspomagania kreatywności i innowacyjności*. [W:] *Komputer w edukacji*. Red. naukowa J. Morbitzer. Wydawca: Katedra Technologii i Mediów Edukacyjnych, Uniwersytet Pedagogiczny, Kraków 2009, s. 34-44