

MISYJNOŚĆ RADIA NA PRZYKŁADZIE WARSZTATÓW DLA MŁODZIEŻY

Niniejszy tekst stanowi naukową refleksję nad polskimi mediami, a jednocześnie kontynuację prowadzonych od kilku lat badań nad radiofonią katoliczką, jej aspektem edukacyjnym i ewangelizacyjnym w ujęciu teoretycznym oraz praktycznym. Przedmiotem badań jest sprawdzenie, w jaki sposób przez media wyznaniowe jest rozumiana i wypełniania misja, szczególnie w odniesieniu do działań stanowiących szeroki kontekst edukacji medialnej, omawianej od pewnego czasu w literaturze przedmiotu [Drzewiecki 2010; Boniecka, Granat 2015; 2016; 2017; Łęcicki 2015]. W tym celu należy przypomnieć sposoby definiowania samego pojęcia w opracowaniach słownikowych i prawnych, świeckich, jak też kościelnych oraz określić, w jaki sposób misja jest realizowana za pomocą działań pozaprogramowych, na przykładzie warsztatów dla młodzieży.

Sformalizowane propozycje edukacyjne można znaleźć, oprócz podstawy i programów przedmiotowych, także w bogatej ofercie szkoleń dla pedagogów. Ogólnopolskie Centrum Doskonalenia Nauczycieli często proponuje nauczycielom kursy zawodowe podwyższające kwalifikacje z zakresu nowych metod edukacyjnych. W swojej ofercie Dział Szkoleń OCDN podkreśla, że osoby zajmujące się kształceniem młodego pokolenia powinny się rozwijać, by wprowadzać na lekcjach innowacyjne rozwiązania [<http://www.ocdn.pl/>]. W ostatnim czasie propaguje się myślenie wizualne w edukacji jako popularną metodą pracy umysłowej [<http://www.ocdn.pl/szkolenia/szkolenia-e-learningowe/informacje-o-szkoleniach.html>]. Dominacja obrazu w kształceniu stanowi pewne zagrożenie, ale zwraca się już uwagę na takie tematy, jak nowe technologie w edukacji, blogodydaktyka, portale społecznościowe, tworzenie filmów na YT. Oczywiście, że w procesie nauczania istotne jest wykorzystanie nowych możliwości, dzięki którym zdobywanie wiedzy staje się bardziej efektywne. Jednak co ze starymi, sprawdzonymi metodami albo propozycjami nie wizualnymi, lecz audialnymi? Okazują się one równie atrakcyjne i skuteczne, a realizowane mogą być w szkole czy dzięki współpracy szkół z redakcjami. Właśnie audialnych metod postaram się w niniejszym szkicu bronić, pokazując także pogranicza działań związanych z możliwościami

zastosowania w dydaktyce radia. Omówię to na przykładzie trwającej od wielu lat współpracy Radia Emaus ze szkołami poznańskimi i wielkopolskimi.

Zacznijmy jednak od charakterystyki samego pojęcia *misji* na podstawie opracowań leksykograficznych i legislacyjnych zarówno świeckich, jak też kościelnych. Misyjną działalność mediów przedstawiałam już we wcześniejszych publikacjach [Zagórska 2011; 2016]. Refleksja naukowa nad rozumieniem samego terminu wymaga sprawdzenia artykułów hasłowych z uwzględnieniem, na użytek niniejszego opracowania, konkretnych odniesień radiowych. Hasła słownikowe wskazują łacińskie pochodzenie terminu – łac. *missio* (wysłanie). Treść najczęściej prezentują w określonym porządku znaczeniowym:

- 1) społecznym (nieostrym semantycznie), rozumianym jako posłannictwo;
- 2) religijnym, postrzeganym jako działalność apostołska (na misjach) albo kaznodziejska (rekolekcyjna, głoszenie nauk wiernym w Polsce);
- 3) politycznym, rozumianym jako dyplomacja (działalność, siedziba), celowo przeze mnie pomijanym w niniejszej analizie i w przytoczonych artykułach.

Hasło w *Słowniku wyrazów obcych* [Tokarski (red.) 1979, s. 482] obejmuje interesujące nas znaczenia:

1. posłannictwo, ważne odpowiedzialne zadanie do spełnienia” oraz „3. *rel.* zorganizowana działalność duchownych podejmowana w celu rozprzestrzenienia jakiejś religii i pozyskania jej nowych wyznawców, b) misje (*lm*), w Kościele katolickim – intensywna kilkudniowa akcja kaznodziejska połączona z odprawieniem specjalnych nabożeństw, mająca na celu ożywienie ducha religijnego w jakiejś parafii.

Próbę definicji podejmuje także *Praktyczny słownik współczesnej polszczyzny* (dalej: PSWP), opisując *misję* [Zgółkowa 1999, t. 21, s. 306–307], obok takich pojęć, jak *misjonarka*, *misjonarski*, *misjonarz*, *misyjny* [Zgółkowa 2002, t. 35, s. 161–162]. Niestety w hasle *radio* nie ma żadnych odniesień do misji [Zgółkowa 2002, t. 35, s. 161–162]. PSWP *misję* definiuje następująco:

1. specjalne zadanie do wykonania, posłannictwo [...]. Bliskoznaczne: zadanie, polecenie. [...]. 3. religijny „zorganizowana działalność wyznawców jakiejś religii, mająca na celu jej szerzenie i zdobywanie nowych wyznawców [...]. Bliskoznaczne: nawracanie, ewangelizacja. 4. religijny w Kościele katolickim kilkudniowe rekolekcje [...] Bliskoznaczne: rekolekcje.

Dla rozumienia w kontekście historycznym i medialnym kluczowe wydaje się traktowanie misji jako zadania, polecenia, ale także nawracania, ewangelizacji, wskazane tylko w tym opracowaniu.

Słownik języka polskiego PWN [<http://sjp.pwn.pl/szukaj/misja.html>] w swoim hasle zawiera trzy znaczenia spośród czterech z możliwym odniesieniem do interesujących nas zagadnień medialnych:

1. „posłannictwo, ważne odpowiedzialne zadanie do spełnienia”. Artykuł zawiera istotny kontekst już w pierwszym znaczeniu, natomiast trzecie i czwarte wprost dotyczą działań duszpasterskich.

[2.]

3. „działalność instytucji religijnych podejmowana w celu rozpowszechniania jakiejś religii i pozyskania jej nowych wyznawców; też: placówka prowadząca taką działalność”.

4. „w Kościele katolickim: rekolekcje służące pogłębianiu życia religijnego parafian”.

Można je traktować jako odniesienie do działalności społeczno-religijnej, prowadzonej przez różne instytucje, w tym także przez media katolickie.

Wydanie elektroniczne *Wielkiego słownika języka polskiego* uwzględnia kilka synonimów definiowanego leksemu, w dwóch ujęciach adekwatnych względem omawianych zagadnień:

- misja (do wykonania): posłanie, poselstwo;
- misja (posłannictwo): apostołstwo, apostołat, posłannictwo, powołanie, przeznaczenie.

Prawie bezpośrednio nawiązują bowiem do działań radiowych. Misja do wykonania stanowi posłanie, ale nie poselstwo. Natomiast radio jako nadawca informuje, przekazuje posłanie, komunikat, wiadomość, spełnia więc swoją misję, swoje zadanie, również apostołskie.

Wielki słownik języka polskiego dokładnie definiuje misję [http://www.wsjp.pl/index.php?id_hasla=32005&ind=0&w_szukaj=misja]. Hasło zawiera wiele znaczeń, precyzyjnie uporządkowanych w strukturze samego artykułu:

1.a. zadanie, ważne zadanie powierzone komuś;

1.b. ludzie, osoby wykonujące misję – ważne zadanie (określenie człowieka ze względu na jego działalność intelektualną);

1.c. miejsce, miejsce pracy osób – misji;

2.a. działalność;

rel. zorganizowana działalność wyznawców jakiejś wiary, zwłaszcza chrześcijan w celu wprowadzania zasad swojej wiary

2.b. placówka, placówka prowadząca misję – działalność;

3. parafialna – *rel.* w Kościele katolickim cykl nauk o prawdach wiary i moralności połączony z innymi praktykami religijnymi, który ma na celu umocnienie i odnowienie wiary parafian [http://www.wsjp.pl/index.php?id_hasla=32005&id_znaczenia=4835405&l=15&ind=0Człowiek w społeczeństwie; religia – kościół, wyznania: zasady i prawdy wiary].

Wymienione punkty można odnieść do realiów medialnych: czynnik ludzki (1.b., na przykład skład redakcji), podejmowane działania (1.a., 2.a., na przykład program) oraz miejsce pracy (1.c., na przykład redakcja, infrastruktura).

Wydaje się oczywiste, że radio, tym bardziej wyznaniowe, podejmuje działania duszpasterskie, wypełnia powierzone mu zadania ewangelizacyjne. Za-

gadnienie misyjności rzadko pojawia się w literaturze przedmiotu, od publikacji słownikowych, co można zrozumieć, po legislacyjne. Brak tam, jak również w opracowaniach branżowych, precyzyjnych wskazań, a samo pojęcie ustępuje takim, jak komercja, sprzedaż, słuchalność, target czy klikalność [Skworz, Niziołek 2010; Bortnowski 1999]. Krótki przegląd artykułów hasłowych nie rozstrzygnie wątpliwości semantycznych, a skoro brak też precyzyjnych wskazań w opracowaniach kościelnych, warto stosować definicje rozszerzające i omówione znaczenia misyjności łączyć z mediami w ogóle oraz z mediami wyznaniowymi.

Najpierw jednak powinny zostać przypomniane polskie rozwiązania prawne jako podstawa formalna wszelkich działań medialnych. Ustawa z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji [<http://isap.sejm.gov.pl/DetailsServlet?id=W-DU19930070034>] zawiera w art. 1.1. ogólne zadania radiofonii i telewizji, do których należą:

- 1) dostarczanie informacji;
- 2) udostępnianie dóbr kultury i sztuki;
- 3) ułatwianie korzystania z oświaty, sportu i dorobku nauki;
- 3a) upowszechnianie edukacji obywatelskiej;
- 4) dostarczanie rozrywki;
- 5) popieranie krajowej twórczości audiowizualnej.

Natomiast art. 21.1 wprost mówi, że:

Publiczna radiofonia i telewizja realizuje misję publiczną [podkreśl. K.Z.], oferując, na zasadach określonych w ustawie, całemu społeczeństwu i poszczególnym jego częściom, zróżnicowane programy i inne usługi w zakresie informacji, publicystyki, kultury, rozrywki, edukacji i sportu, cechujące się pluralizmem, bezstronnością, wyważeniem i niezależnością oraz innowacyjnością, wysoką jakością i integralnością przekazu.

Analogicznie mogłaby brzmieć definicja misji mediów, szczególnie wyznaniowych, ze wskazaniem jej realizacji, jak czyni ustawodawca:

1a. Do zadań publicznej radiofonii i telewizji, wynikających z realizacji misji, o której mowa w ust. 1, należy w szczególności: [...] 8) upowszechnianie wiedzy o języku polskim; [...] 11) upowszechnianie edukacji medialnej¹.

¹ Rozdział 4

Publiczna radiofonia i telewizja

1a. Do zadań publicznej radiofonii i telewizji, wynikających z realizacji misji, o której mowa w ust. 1, należy w szczególności:

1) tworzenie i rozpowszechnianie programów ogólnokrajowych, programów regionalnych, programów dla odbiorców za granicą w języku polskim i innych językach oraz innych programów realizujących demokratyczne, społeczne i kulturalne potrzeby społeczności lokalnych;

2) tworzenie i rozpowszechnianie programów wyspecjalizowanych, na których rozpowszechnianie uzyskano koncesję; [...]

Na tej podstawie media państwowe zobowiązane są do realizacji tzw. misji publicznej. Ustawodawca, co ważne, szczegółowo określił, co wynika z jej realizacji. Wśród dziesięciu zadań, które mają charakter misji, znajduje się respektowanie chrześcijańskiego systemu wartości.

Przyjrzyć się teraz należy rozwiązaniom legislacyjnym zawartym w *Kodeksie Prawa Kanonicznego*² [<http://www.niedziela.pl/artukul/1502/Kodeks-Prawa-Kanonicznego-o-mediach>]. Z jego zapisów wynika, że Kościół ma obowiązek i prawo głoszenia Ewangelii „z zastosowaniem właściwych sobie środków społecznego przekazu (kanon 747.1). Do głoszenia nauki chrześcijańskiej, czyli realizacji misji, możemy powiedzieć, ma stosować różne dostępne środki. Oprócz działań katechetycznych, podejmowanych w szkołach i akademiach, upowszechnianie powinno dokonywać się „przez słowo drukowane oraz inne środki społecznego przekazu” (kanon 761). W kanonie 779 znajduje się konkretne wskazanie mediów, docenienie ich znaczenia oraz skuteczności:

Nauczanie katechetyczne winno być prowadzone z zastosowaniem wszelkich środków, pomocy dydaktycznych oraz środków społecznego przekazu, które wydają się bardziej skuteczne do tego, by wierni, w sposób dostosowany do ich charakteru, możliwości, wieku oraz warunków życia, mogli głębiej poznać naukę katolicką i lepiej według niej układać życie.

KPK jest bardzo precyzyjny, podkreśla bowiem potrzebę zastosowania mediów także przez księży i hierarchów, nazwanych tu pasterzami Kościoła (kanon 822.1). Celem jest edukowanie medialne (kanon 822.2), by wierni potrafili roztropnie korzystać z przekazów:

1. W wypełnianiu swojej funkcji, pasterze Kościoła, korzystając z prawa przysługującego Kościołowi, powinni posługiwać się środkami społecznego przekazu.

7) popieranie twórczości artystycznej, literackiej, naukowej oraz działalności oświatowej i działalności w zakresie sportu;

8) upowszechnianie wiedzy o języku polskim;

8a) uwzględnianie potrzeb mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym, w tym emitowanie programów informacyjnych w językach mniejszości narodowych i etnicznych oraz języku regionalnym;

9) tworzenie i udostępnianie programów edukacyjnych na użytek środowisk polonijnych oraz Polaków zamieszkałych za granicą;

10) zapewnianie dostępności programów lub ich części i innych usług dla osób niepełnosprawnych z powodu dysfunkcji narządu wzroku oraz osób niepełnosprawnych z powodu dysfunkcji narządu słuchu;

11) upowszechnianie edukacji medialnej.

² 25 I 1983 [AAS 75 (1983)].

2. Pasterze ci mają pouczać wiernych, że spoczywa na nich obowiązek podejmowania współpracy zmierzającej do tego, by użycie środków społecznego przekazu przepoić duchem ludzkim i chrześcijańskim.

3. Wszyscy wierni, w szczególności zaś ci, którzy mają jakiś udział w organizowaniu lub użyciu środków społecznego przekazu, powinni się starać świadczyć pomoc pasterskiej działalności tak, żeby Kościół mógł także poprzez te środki skutecznie wypełniać swoją misję.

W ostatnim punkcie określona jest *expressis verbis* misja Kościoła realizowana za pośrednictwem mediów. Można z tego zapisu wnioskować, że misja mediów – szczególnie wyznaniowych – to wypełnianie misji Kościoła, bycie niejako tych działań narzędziem. Wskazuje to raczej na traktowanie przedmiotowe, a nie podmiotowe samych mediów. Ponadto, *Kodeks Prawa Kanonicznego* z 1983 roku zwracał już uwagę na zagrożenia, jakie wynikają z działań dziennikarskich, na przykład w kanonie 823.1:

Dla zachowania nieskazitelności wiary i obyczajów, pasterze Kościoła posiadają prawo i są zobowiązani czuwać, by wiara i obyczaje wiernych nie doznały uszczerbku przez słowo pisane lub użycie środków społecznego przekazu.

Określał też, w jakim wypadku duchowni mogą współpracować z mediami, na przykład w kanonie 831.2:

2. Do Konferencji Episkopatu należy wydanie przepisów określających warunki, jakie winny być wypełnione, aby duchowni oraz członkowie instytutów zakonnych mogli brać udział w programach radiowych lub telewizyjnych dotyczących nauki katolickiej lub obyczajów.

Misja mediów publicznych od dawna jest dyskutowana przez teoretyków i praktyków. Nadal jest wiele do zrobienia, jak w przypadku edukacji medialnej, wspomianej w tekstach i dokumentach papieskich, czy misji mediów katolickich, którą można jedynie wygenerować z pośrednich zapisów, ponieważ brak jej określenia wprost. W literaturze przedmiotu pojawiły się już pewne propozycje, które tu przedstawiam. Marek Łuczak [Łuczak 2014] odnosi się do przeszłości i transformacji systemowej, kształtującej nowy ład informacyjny. Postulat zachowania misji w mediach publicznych umożliwia dzięki temu zabezpieczenie szeroko rozumianego interesu publicznego. Jan Bieliczyński z kolei twierdzi, że misja stanowi publiczną część planu strategicznego działania instytucji, zawiera zestaw społecznie cenionych wartości, przybiera postać deklaracji, a nawet oficjalnego dokumentu [Bieliczyński 2006]. Anna Asyngier-Kozieł zajmując się edukacją regionalną, zwraca uwagę na doskonalenie komunikacji międzykulturowej społeczeństwa wielokulturowego [Asyngier-Kozieł 2006]. Ukazuje kulturę jako podstawowy element edukacji regionalnej, zwraca uwagę w tym zakresie na miejsce

i rolę mediów. Na poziomie dydaktycznym podkreśla wpływ edukacji medialnej na umacnianie tożsamości kulturowej, a także polonistycznych kompetencji komunikacyjnych, o czym piszę w dalszej części opracowania.

Wprost do misji mediów wyznaniowych odwołuje się ks. Michał Drożdż w różnych publikacjach. Nawiązanie do cytowanej pracy jest konieczne ze względu na kontekst wyznaniowych mediów lokalnych [Drożdż 2011]. Przywoływane w niniejszym szkicu Radio Emaus to stacja wyznaniowa, archidiecezjalna – pod względem nadawcy (właściciela) i zasięgu. Autor zwraca uwagę na ciekawy aspekt funkcjonowania mediów, w tym też stacji katolickich. Ich właścicielem jest najczęściej archidiecezja (redakcje działają w różnych strukturach prawnych), adekwatny jest więc zasięg (diecezja, region, województwo).

Misyjność [...] jest różnie definiowana i wpisywana w założenia, cele, struktury i funkcje różnych mediów i różnych nadawców w zależności od ich statusu i miejsca we współczesnym systemie medialnym. Różnie też jest realizowana w mediach publicznych i niepublicznych: komercyjnych, społecznych, a pośród nich także w mediach katolickich [Drożdż 2011, s. 95].

Ks. Drożdż zastanawia się nie tylko nad tym, czym jest misyjność mediów, radia, ale – co ważne – czy media w ogóle powinny być misyjne, choć wydawałoby się w przypadku mediów wyznaniowych konieczne przyjęcie tego *a priori*. Podejmuje także trudne zadanie charakterystyki samego pojęcia:

Misyjność to realizowanie określonych zadań, funkcji dla innych, dobra wspólnego, to niesienie i przekazywanie określonych wartości, z profesjonalnym zaangażowaniem, więcej, z zawodowym powołaniem [Drożdż 2011, s. 95].

Definiowanie nie jest jednak oczywiste:

Misyjność mediów rozumiem podwójnie: 1. to zadania i funkcje mediów o wymiarze społecznym o różnym charakterze: edukacyjnym, wychowawczym, formacyjnym, kulturalnym, charytatywnym, ideologicznym, integracyjnym, ewangelizacyjnym, to wszelkie działania mediów w zakresie spraw ważnych społecznie i aksjologicznie. Ta misja społeczna i publiczna mediów jest czymś oczywistym, wynika z samej natury mediów jako środków społecznego komunikowania [Drożdż 2011, s. 95].

Oprócz ujęcia aksjologicznego, zwraca uwagę na negatywne skutki działań medialnych³.

³ Zasada negatywizmu (Galtung, Ruge), zob. M. Kunczik, A. Zipfel, *Wprowadzenie do nauki o dziennikarstwie i komunikowaniu*, Warszawa 2000. Zagadnienie to nie stanowi przedmiotu analizy w niniejszym opracowaniu.

Radio – medium słowa

Radio to najstarsze medium elektroniczne, *blind medium*, ślepe [Markiewicz 2000], audytywne, bazujące na przekazie werbalnym, uczące poprawnej polszczyzny, słuchania, skupienia, wyciszenia. Jednocześnie uruchamia wyobraźnię, wymaga szybkich reakcji komunikacyjnych, jest skuteczne w edukacji, a przede wszystkim bezpieczne, przyjazne dla dzieci i młodzieży. Wspiera nauczyciela i rodzica w procesach wychowawczych, jako starsze, tradycyjne, choć elektroniczne medium, gwarantuje poprawny przekaz werbalny.

Poznańskie Radio Emaus, zgodnie z linerem pozycjonującym stację, to „Dobre radio”. Zatem dobre radio, obecne w domu i w szkole, może służyć pomocą rodzicom, nauczycielom, nie tylko katechetom, ale także polonistom, historykom, muzykom. Jak pisze Marta Bolińska:

Ze względu na zaangażowanie odpowiedniego zmysłu w odbiorze treści środki społecznego komunikowania możemy podzielić na 3 grupy: wizualne, audialne, audiowizualne. Na zmysł wzroku oddziałują np. prasa, komiks, fotografia, plakat (środki wizualne), zmysł słuchu dominuje w przypadku radia, płyt gramofonowych, kompaktowych, taśm magnetofonowych. Równocześnie na wzrok i słuch wpływają film, telewizja, zapis na taśmie magnetowidowej [Bolińska 2006, s. 151].

Przewagą telewizji jest tylko i aż obraz. Przedstawiony podział systematyzuje jednak percepcję przekazu medialnego raczej ze względu na nośnik, a nie rodzaj przekazu, który moim zdaniem jest ważniejszy, przecież muzyka pozostanie muzyką, niezależnie od rodzaju zapisu i sposobu odtworzenia (taśma, CD, format mp2, mp3, wave itp.). Dominantą jest jednak słowo, jego treść, brzmienie, interpretacja, sens. Natomiast sami dziennikarze, niezależnie od redakcji, powtarzają, że pracują w słowie [Bolińska 2006, s. 153].

Słowo, logos, buduje logosferę [Lepa 1995; 2000; 2003; Drzewiecki 2010]. Jest podstawowym środkiem przekazu i narzędziem ewangelizacyjnym, za jego pomocą głosi się kerygmat. Słowo radiowe, żywe, pozostaje w dialogu z drugim człowiekiem, umożliwia bezpośrednie spotkania z mistrzami słowa, w mediach publicznych tworzy przekaz informacyjny, służący edukacji, a w stacjach wyznaniowych także religijny, ewangelizacyjny i preewangelizacyjny. Radio katolickie ma charakter misyjny, co więcej, wydaje się do tego prawie idealne, bazuje przecież na słowie oraz bliskości ze słuchaczem, do którego mówi.

W połowie XX wieku zaczynał dominować przekaz ikoniczny [Porębski 1972], a w badaniach psychologicznych i socjologicznych zaczęto głosić nieskuteczność słowa. Przeciwwstawiał się temu Paweł VI w adhortacji *Evangelii nuntiandi* z 1975 roku. Papież uznał wtedy prymat słowa twierdząc, że posiada ono wyższość

względem obrazu, zwłaszcza, gdy niesie z sobą moc Bożą. Radiowy przekaz audytywny tworzy przestrzeń słowa. Logosferę opisywał szczegółowo bp Adam Lepa, zajmował się także pedagogiką mediów [Lepa 2000; 2003]. Oddziaływanie radia wzmacnia jego wszechobecność, wpływa na osobowość człowieka, o efektach decydują sami słuchacze oraz ich wychowawcy. Z kolei ks. Maciej Szczepaniak twierdzi, że „działalność ewangelizacyjna musi być rozeznana na poziomie treści i formy przekazu. Treści podane są wprawdzie za pomocą ludzkich słów, ale forma wpływa także na treść” [Szczepaniak 2015, s. 114]. Sprawdźmy zatem, co zawiera analizowany przekaz.

Radio – medium ewangelizacji i edukacji

Chociaż w literaturze przedmiotu i badaniach media są różnie oceniane, nie zmienia to faktu, że mają na nas coraz większy wpływ. Radio pomaga w przekazywaniu treści ewangelizacyjnych i edukacyjnych. Bp Adam Lepa wybiera je spośród mediów elektronicznych:

Natura oddziaływania tego medium odpowiada podstawowym mechanizmom ewangelizacji [...], głównym środkiem, jakim się posługuje, jest słowo [...], audytywność radia sprzyja przekazowi wiary. Jego naturalne właściwości, jak intymność, ekspresyjność, wyobrażeniowość, niewidzialność czy dźwiękowość sprawiają, że słowa wypowiedziane na antenie mogą skutecznie oddziaływać na duchowość człowieka i przyczyniając się do jej pogłębiania [Lepa 2001, s. 3].

Przyjrzyjmy się papieskim wypowiedziom ostatniej dekady. W orędziu na 40. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu⁴ w 2006 roku Benedykt XVI przypomniał Dekret o środkach społecznego przekazu *Inter Mirifica*, „który w szczególności uznał siłę oddziaływania mediów na całe społeczeństwo”. Papież zwrócił uwagę na media jako sieć ułatwiającą komunikowanie i współdziałanie. W działaniach edukacyjnych, przedszkolnych i szkolnych, warto propagować dobre treści i dobre media. Tym bardziej, że tytuł orędzia z 2007 roku brzmiał: *Dzieci i środki komunikowania: wyzwanie dla edukacji*. Papież podkreślił znaczenie formacji dzieci, jak też pracowników mediów. Zajmiemy się tylko pierwszym aspektem, uwzględniając troskę o wychowanie i rolę szkoły, jak pisał Benedykt XVI w 2007 roku:

⁴ W kolejnych zapisach zastosowano skrót „ŚDŚSP”. Teksty orędzi na Światowe Dni Środków Społecznego przekazu [<http://www.paulus.org.pl>].

Prawdę mówiąc są nawet tacy, którzy twierdzą, że formacyjny wpływ mediów rywalizuje z wpływem szkoły, Kościoła, a może wręcz z rodziny. *Dla wielu osób rzeczywistość odpowiada temu, co media określają jako takie* [Papieska Rada Środków Społecznego Przekazu, Aetatis Novae, 4].

Jednocześnie wysiłki podejmowane wspólnie – przez rodziców, Kościół i szkołę – przyniosą lepsze efekty. O kluczowej roli bliskich w kształceniu medialnym wypowiadali się w swoich orędziach obaj papieże:

Za wychowanie dzieci do wybiórczego korzystania z mediów odpowiedzialni są rodzice, Kościół i szkoła. Pierwszoplanowa jest tu rola rodziców [Benedykt XVI 2007].

W 2015 roku Franciszek przypomni, że „rodzina jest [...] pierwszym miejscem, gdzie uczymy się komunikowania. [...] rodzina może być szkołą komunikacji jako błogosławieństwa”. Potrzebne są więc dobre media, ponieważ, jak zachęca papież w orędziu na 49. ŚDŚSP:

Tak więc stoi dziś przed nami wyzwanie ponownego nauczania się opowiadania, a nie tylko produkowania i konsumowania informacji.

Istotna jest także edukacja medialna zarówno na poziomie nadawcy, jak odbiorcy, w tym nadawcy i odbiorcy katolickiego, z czym związane były niektóre aspekty papieskiego nauczania. Wypowiadali się na ten temat Paweł VI i Jan Paweł II, a kwestia nadal pozostaje aktualnym postulatem pedagogicznym i duszpasterskim, dotyczącym edukacji oraz formacji odbiorców dorosłych (nauczycieli, rodziców), uczniów, ale także pracowników mediów. Benedykt XVI podkreślał w 2007 roku, że wychowanie do mediów powinno mieć pozytywny charakter, proponując coś, co jest estetycznie i moralnie doskonałe. Pomaga rozwijać własną opinię, roztropność i zdolność wyboru, a przede wszystkim „formacja do właściwego korzystania z mediów ma zasadnicze znaczenie dla kulturalnego, moralnego i duchowego rozwoju dzieci”. Radio nie zastępuje jednak rodzica czy nauczyciela, którzy powinni towarzyszyć w odbiorze przekazu medialnego, dyskutować o konkretnej audycji, służyć pomocą. Założenia programowe stacji katolickich uwzględniają zadania edukacyjne i ewangelizacyjne, media publiczne – przede wszystkim zadania edukacyjne. Powstaje jednak coraz więcej programów oświatowych, poradnikowych, skierowanych do dzieci, ale także do rodziców czy wychowawców, co daje szansę wspólnego wychowania i formacji⁵.

⁵ Np. Strefa rodzica w Polskim Radiu (od 2015 roku), Magazyn rodzinny w Radiu Emaus (od kilkunastu lat); nowe audycje po zmianie ramówki w Polskim Radiu od 2016 roku oraz po zmianie nazwy poznańskiej stacji publicznej od 27.04.2017 roku (Radio Merkury – Radio Poznań) [<http://radiopoznan.fm/>].

Media nie są jedynym narzędziem edukacji, mogą okazać się niezwykle pomocne w zdobywaniu wiedzy. Dzisiejszy uczeń jako słuchacz staje się uczestnikiem życia kulturalnego, społecznego, religijnego. Jeśli dzieje się to pod opieką osób dorosłych, rodziców, nauczycieli, od razu mogą oni aktywnie włączyć się w proces edukacji, by wspierać percepcję dziecka, a potem młodego odbiorcy. Warto przypomnieć, że:

Radio jest wykorzystywane do ewangelizacji we wszystkich szerokościach geograficznych globu – w krajach bogatych i niezamożnych, jak również w krajach Trzeciego Świata. Ten swoisty uniwersalizm radia przypomina uniwersalizm Kościoła i Ewangelii. Nic dziwnego zatem, że radio ma opinię medium najbardziej ewangelizatorskiego” [Lepa 2001, s. 3].

Dzięki temu z pewnością wypełnia misję, rozumianą wprost jako działanie religijne.

Media w szkole

Polskie szkolnictwo przez krótki czas, dzięki reformie z roku 1999, proponowało tzw. międzyprzedmiotową ścieżkę edukacji medialnej, dziś jednak brakuje rozwiązań systemowych [Lis 2016].

Tak pisał w 2016 roku ks. Marek Lis [Lis 2016]. Ogólne zagadnienia medialne proponowane uczniom na każdym poziomie kształcenia znajdowały się w podstawie programowej⁶, która będzie tu zaledwie kilka razy przywołana, ponieważ przed nami kolejna reforma oświaty. Zapewne w nowych materiałach znajdą się adekwatne zapisy. Warto pamiętać o ćwiczeniach dziennikarskich, a przede wszystkim traktować media jako narzędzia dydaktyczne, urealnijające współpracę szkoły z redakcją, czyli wspólne działania nauczyciela, ucznia, rodzica i redaktora.

Na poziomie dydaktycznym widać, że sytuacje lekcyjne dają szansę dojrzałego poszukiwania prawdy o człowieku i jego przeżyciach. Mogą też sprzyjać kompetentnemu formułowaniu sądów wartościujących oraz określeniu tożsamości ucznia – człowieka [Łazarska 2006; Kłakówna 2003].

Jedną z propozycji zajęć językowych w liceum jest opracowanie retoryczne *Mówię, więc jestem* [Zgółkowie 2001], do którego nawiązuje Barbara Tarczyńska w artykule *Po szkolnemu to także po polsku* [Tarczyńska 2006], zwracając uwagę na pośredniość, bezpośredniość, oficjalność, nieoficjalność wypowiedzi, jej mono-

⁶ Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z 30.05.2014 r. zmieniające rozporządzenie w sprawie podstawy programowej wychowania przedszkolnego oraz kształcenia ogólnego w poszczególnych typach szkół (Dz. U. poz. 803).

logowość i dialogowość. Zapoznanie się z odmianami języka uwikłanymi w różne sytuacje komunikacyjne daje uczniom swobodę oraz umiejętność wystąpień retorycznych [Zgółkowie 2001, s. 48–52]. Autorzy książki uczą odbioru przekazu medialnego, w tym religijnego, stąd porównanie roli uczestnika mszy św. w kościele i roli słuchacza mszy św. transmitowanej w radiu lub telewizji [Tarczyńska 2006, s. 299]. Nie do przecenienia są zajęcia humanistyczne, stąd tak ważna jest, jak z kolei pisze Danuta Łazarska, rola nauczyciela polonisty w przygotowaniu ucznia do odbioru kultury medialnej [Łazarska 2006]. Podczas warsztatów radiowych – jak wynika z przeprowadzonych przeze mnie badań – filolog poprowadzi ćwiczenia i dobrze omówi zagadnienia fonetyczne, dykcyjne, a nawet retoryczne.

W zapisach starej podstawy wdrożenie proponowanej tematyki sygnalizowane było lakonicznie:

Każdy nauczyciel powinien poświęcić dużo uwagi edukacji medialnej, czyli wychowaniu uczniów do właściwego odbioru i wykorzystania mediów.

Zdefiniowano oczekiwania względem ucznia oraz wskazano różnorodność kształcenia:

Nauczyciele powinni stwarzać uczniom warunki do nabywania umiejętności wyszukiwania, porządkowania, [...] wykorzystywania informacji z różnych źródeł, [...] na zajęciach z różnych przedmiotów.

Radio może być pomocne w kształceniu artystycznym⁷, szczególnie muzycznym, ale najwięcej możliwości daje edukacja polonistyczna, dzięki kształceniu językowemu i literackiemu (zapisy na temat świadomości językowej, interpretacji tekstów kultury, słuchania i czytania literatury dziecięcej). W podstawie czytamy między innymi:

Ważnym celem edukacji polonistycznej jest rozwijanie u dzieci zamiłowania do czytelnictwa poprzez słuchanie pięknego czytania i rozmawianie o przeczytanych utworach [...] Dobór utworów ma uwzględnić następujące gatunki literatury dziecięcej: baśnie, bajki, legendy opowiadania, wiersze [...].

Audycje radiowe spełniają te zapisy tematycznie i gatunkowo. Może trudne w praktyce byłoby proponowanie na lekcjach długich audycji, ustalanie z redaktorami tematów wynikających z programów nauczania, a rodzicom wskazywanie

⁷ Zob. zapis starej podstawy programowej, obowiązującej po raz ostatni w roku szkolnym 2016/2017: „(Uczeń) aktywnie słucha muzyki [...]; rozpoznaje utwory [...]; orientuje się w rodzajach głosów ludzkich [...] oraz muzycznych instrumentach muzycznych [...]; rozpoznaje podstawowe formy muzyczne”, „Uczeń [...] korzysta z przekazów medialnych”.

niektórych zagadnień, ale nie jest to niemożliwe. Jako efekt działań interdyscyplinarnych powstać mogłyby ciekawe projekty medialne i szkolne. Tym bardziej, że istnieje korelacja nauczania religii z innymi przedmiotami, a „nauczanie w klasach I–III szkoły podstawowej przybiera postać nauczania zintegrowanego, na które składają się różne zakresy działań edukacyjnych” [<http://www.katecheza.episkopat.pl/index.php/menu/nauczanie-religii-w-szkole/dokumenty-koscielne/32-podstawa-programowa-2010>], obejmujących kształcenie polonistyczne, muzyczne, plastyczne i społeczne, a w klasach IV–VI także język obcy nowożytny, historię i społeczeństwo, przyrodę, a nawet zajęcia komputerowe. Jednocześnie zadania katechezy obejmują wychowanie do modlitwy, życia wspólnotowego, wprowadzenie do misji, jak też – co istotne – współpracę środowisk wychowawczych, rodziny i parafii. W przypadku medium audytywnego, jakim jest radio, nieocenione mogłoby się stać jego wykorzystanie w katechezie osób niewidomych i słabowidzących, wskazanej przecież w dokumencie.

Wśród zadań szkoły pojawiły się między innymi takie zagadnienia, jak analizowanie form przekazu radia, telewizji, prasy, zachęcanie uczniów do krytycznego odbioru, rozwijanie uzdolnień twórczych uczniów [Bolińska 2006, s. 156]. Po przebytym kursie wiedzy medialnej uczeń powinien umieć na przykład znaleźć informacje w różnych źródłach, odpowiednio je wyselekcjonować, zastosować w praktyce, a także wykorzystać współczesną technologię komputerową i informatyczną. To, co kiedyś było oczywiste dla ucznia i nauczyciela, dziś musi zostać zapisane w odpowiednich programach czy dokumentach oświatowych. Nie omawiając konkretnych podręczników, skoro już w nowym roku szkolnym 2017/2018 się one zmieniają, odwołam się do sprawdzonych pomysłów edukacyjnych, jak *trivium* i *quadrivium*. Na tym tle banalne wydaje się pytanie, jak i czego uczyć współczesną młodzież, za pomocą jakich narzędzi, jakie osiągnąć cele i rezultaty kształcenia.

Niezmiennie od stuleci wydaje się przekonanie o słuszności łączenia działań edukacyjnych z wychowawczymi. Dlatego przekazuje się wiedzę, ale także ćwiczy się pewnego rodzaju zmysł krytyczny:

Trzeba uczyć dostrzegania, rozpoznawania i odbioru zróżnicowanej tematyki poruszanej mediach, wychwytywania różnic między rzeczywistością realną a przekazem prasowym, radiowym, telewizyjnym, rozbieżności między faktami a opiniami [Bolińska 2006, s. 159].

Zawsze młodzież była i pewnie będzie dla wychowawców, nauczycieli i rodziców troską, jak „ukształtować postawy wychowanków, pozwalać im stać się świadomymi, krytycznymi odbiorcami przekazów kultury” [Bolińska 2006, s. 160]. Nauczania świadomych medialnych wyborów podjęła się współczesna szkoła,

co nie zwalnia z tej odpowiedzialności nas wszystkich, rodziców, bliskich, znajomych. Pewne nawyki można kształtować dzięki odpowiedniej edukacji, także medialnej. Ponadto, świadomość własnej wartości może wspierać rozwój, ale indywidualnego wysiłku ludzkiego nie zastąpi. Ten rodzaj formacji powinien pomóc ukształtować nie tylko prawidłowe nawyki i przyzwyczajenia odbiorców, ale przede wszystkim dać szansę powstania suwerennej świadomości konsumenckiej. To wysiłek wspólny, uczonych i nauczanych w ramach systemu oświaty, także uczących się w systemie szybko zachodzących zmian społecznych i gospodarczych. „Umiejętność *zakupu* [produktu, jakim jest kultura – przyp. K. Z.] wymaga również określonych kompetencji, konkretnej wiedzy i sprawnego poruszania się w świecie mediów” – kończy swój artykuł Marta Bolińska [Bolińska 2006, s. 160]. Jak daleko stąd do antycznego sposobu kształcenia młodych umysłów, jak daleko stąd do *trivium* i *quadrivium*, jak daleko stąd do teatru jezuickiego, kształtującego odwagę wystąpień publicznych i prowadzenia retorycznych dysput czy wreszcie przedwojennego gimnazjum, w którym każdy, nie tylko humanista, znał grekę, łacinę i potrafił grać na pianinie. Zawsze nadzieją są mądry pedagog i wysiłek podejmowany z troski o kolejne pokolenia. Programy edukacyjne w mediach oraz badania, w praktyce i teorii, powinny stanowić wspólny przedmiot zainteresowania różnych środowisk, gdyż tylko wspólne działania przyniosą oczekiwany efekt dydaktyczny i wychowawczy.

Warsztaty w Radiu Emaus

Historię i działalność poznańskiej rozgłośni katolickiej o zasięgu regionalnym, programowo – radia środka, realizującego program edukacyjny, kulturalny i religijny – monitoruję od początku jej działalności i przedstawiałam już w kilku publikacjach. Ograniczę się więc do zacytowania zapisów statutowych, by omówić konkretne działania preewangelizacyjne, pozaprogramowe, do jakich należą warsztaty dziennikarskie.

Statut Radia Emaus⁸ pochodzi z roku 2008, choć rozgłosnia istnieje od roku 1995; kilka razy zmieniała nazwy, ale cele działań były podobne, niesformalizowane jednak w konkretnych zapisach. Zatem obowiązujący dokument charakteryzuje stację oraz określa jej zadania. W preambule znajduje się krótki rys historyczny.

⁸ Materiały archiwalne Radia Emaus, cyt. za: Statut Emaus – Katolickiego Radia Emaus z 10.05.2008 r., n. 2779/2008.

Archidiecezjalna rozgłośnia radiowa rozpoczęła działalność 23 marca 1995 roku. W pierwszym okresie przyjęła nazwę „Katolickie Radio Refleks”, a od 15 października 1996 roku „Katolickie Radio Poznań”. Od 10 grudnia 2001 roku do 1 marca 2003 roku Radio należało do ogólnopolskiej sieci rozgłośni katolickich i nadawało program radiowy pod nazwą „Radio Plus Poznań Archidiecezji Poznańskiej”. Od 1 marca 2003 roku archidiecezjalna rozgłośnia radiowa nosi nazwę „Emaus – Katolickie Radio Poznań”.

Na stronie stacji znajduje się także podobny opis:

Rozgłośnia Archidiecezjalna powstała w 1995 r., emitując dwugodzinny program; działa nieprzerwanie [...], choć w międzyczasie zmieniał się profil i nazwa: Radio Refleks, Katolickie Radio Poznań, Radio Plus Poznań, Radio Emaus (od 2003 r.) [<http://www.radioemaus.pl/#/pl/radio/historia/historia.html>].

Natomiast działania programowe zostały przedstawione w statucie następująco:

§ 7 Celem działalności Radia Emaus jest ewangelizacja oraz propagowanie kultury chrześcijańskiej zgodnie z misją i posłannictwem Kościoła katolickiego.

§ 8 Realizując misję ewangelizacyjną, radio spełnia następujące zadania:

- a) nadaje całodobowy program radiowy,
- b) produkuje audycje radiowe,
- c) archiwizuje ważniejsze audycje,
- d) organizuje konferencje, koncerty, odczyty i akcje charytatywne⁹.

Chociaż w statucie brak konkretnych odniesień do edukacji, szczegółowe informacje o propozycjach preewangelizacyjnych, realizujących misję, znajdują się na stronie Radia Emaus. W kilku zakładkach można przeczytać krótki opis działalności pozaprogramowej, najczęściej edukacyjnej, promocyjnej, do jakiej stacja zaprasza wszystkich zainteresowanych.

Wizyta w radiu ma charakter wycieczki w czasie roku szkolnego, często podczas rekolekcji, wakacji, ferii:

Zapraszamy grupy przedszkolne (tylko sześciolatki), szkolne, duszpasterskie i inne do odwiedzenia naszej redakcji. Prosimy o ustalenie terminu z [...] sekretarzem redakcji Radia Emaus [...] [http://www.radioemaus.pl/#/pl/radio/wizyta_w_radiu/wizyta_w_radiu.html].

W ofercie, jaka jest prezentowana na stronie redakcyjnej, dominuje współpraca ze szkołami, realizowana dwojako:

⁹ Statut Emaus – Katolickiego Radia Emaus z 10.05.2008 r., n. 2779/2008.

Do przykładowych form współpracy należą wycieczki, spotkania i warsztaty. Wśród najnowszych propozycji znajdują się zajęcia edukacyjne. W minionych latach przygotowaliśmy warsztaty dla uczniów klas dziennikarskich kilku poznańskich liceów ogólnokształcących [http://www.radioemaus.pl/#/pl/radio/wspolpracuj_z_nami/wspolpraca_ze_szkolami.html].

Inna zakładka, współpraca/staż, skierowana jest przede wszystkim do studentów, ale na ofertę odpowiadają różne osoby, starsze i młodsze:

W Radiu Emaus istnieje możliwość odbycia praktyk, stażu, a także realizowania współpracy wolontariackiej. Serdecznie zapraszamy [http://www.radioemaus.pl/#/pl/radio/wspolpracuj_z_nami/staz_w_radiu.html].

Od początku istnienia rozgłośni katolickiej w Poznaniu zespół redakcyjny tworzyły osoby niepobierające wynagrodzenia. Charakter takiej współpracy częściowo jest zachowany do dziś:

Zapraszamy osoby, które mają pasję, zainteresowania i pomysł na audycję do współtworzenia naszego programu, nadsyłania informacji o tym, co dzieje się w regionie, diecezji, parafii. Stała współpraca z redakcją Emaus możliwa jest również po zakończeniu praktyk czy stażu [http://www.radioemaus.pl/#/pl/radio/wspolpracuj_z_nami/wolontariat.html].

Radio Emaus proponuje różne formy aktywności edukacyjnej, wymagającej czynnego oraz biernego uczestnictwa, czyli zaangażowania uczestników w różnym stopniu. Do kilku podstawowych i często organizowanych należą:

- drzwi otwarte;
- wycieczki;
- wycieczki połączone z warsztatami;
- warsztaty dziennikarskie;
- dni przedsiębiorczości;
- praktyki;
- staże;
- współpraca wolontariacka, której efektem może być przygotowanie własnej audycji.

Wśród wymienionych propozycji znajdują się drzwi otwarte, skierowane do wszystkich, na przykład dzieci z rodzicami, dorosłych, seniorów, młodzieży. Rzadko są one łączone z zajęciami warsztatowymi dla małej, wybranej grupy słuchaczy, zawsze obowiązują wówczas wcześniejsze zapisy (na przykład podczas wakacji 2016 roku). Od kilku lat do radia przyjmowani są w tzw. Dni Przedsiębiorczości uczniowie szkół ponadpodstawowych. Pobyt w redakcji trwa kilka godzin, a zapoznanie się z obowiązkami dziennikarza czy realizatora polega głównie na

metodzie obserwacji, ponieważ uczestnikami są osoby niepełnoletnie. Wcześniej konieczne są szczegółowe uzgodnienia formalne, podpisanie umów o współpracy między szkołą a redakcją, zgoda rodziców¹⁰ itp. Oprócz Dni Przedsiębiorczości do redakcji na jednodniowy pobyt w redakcji przyjmowane są osoby wyrażające szczególne zainteresowanie radiem.

Do najbardziej popularnej formy zdobycia doświadczenia zawodowego należą praktyki i staże. Rzadko zgłaszają się w takim celu gimnazjaliści, ale zdarzają się wyjątki. Uda się wtedy, po zgodzie rodziców, zrealizowanie pomysłu młodego pasjonata, na przykład cyklu audycji liturgicznych czy wakacyjnego cyklu audycji naukowych, przygotowanego we współpracy z Centrum Nauki Kopernik w Warszawie. Jednak na praktyki i staże zgłaszają się najczęściej studenci, ponieważ wymagane są one przez uczelnie wyższe. Do Radia Emaus przychodzą przede wszystkim słuchacze kierunków humanistycznych, jak polonistyka, dziennikarstwo, teologia, dialog społeczny, ale także reżyserii dźwięku i innych.

Wolontariat stanowi propozycję współpracy indywidualnej albo grupowej, kiedy dany cykl audycji przygotowują grupy duszpasterskie, jak Jordan (duszpasterstwo diecezjalne), Katolickie Stowarzyszenie Młodzieży (20 audycji na 20-lecie w Archidiecezji Poznańskiej, audycja emitowana w I półroczu 2016 roku)¹¹ czy Lednica 2000¹². Nie omawiam projektów studenckich (Akademickie Koło Misyjne, Salezjański Wolontariat Misyjny) czy wielu innych (Poznańska Piesza Pielgrzymka na Jasną Górę, Anonimowi Alkoholicy, Związek Literatów). Tematyka jest zróżnicowana, od religijnej, społecznej po kulturalną i edukacyjną, a niektóre powstające dzięki nim audycje goszczą na antenie poznańskiej stacji katolickiej od początku jej istnienia (audycje na temat uzależnień).

Warsztaty dziennikarskie organizowane przez Radio Emaus stanowią przykład prowadzonej od wielu lat działalności pozaprogramowej [Zagórska 2011], wpisującej się w szeroki kontekst edukacji medialnej, współpracy z otoczeniem, promocji wiedzy, kultury, a jednocześnie wypełniania misji. Na warsztaty przyjmowane są różne grupy wiekowe, na przykład szkolne (od kl. 0 do kl. VI w poprzednim systemie oświaty, gimnazjum i liceum), grupy parafialne i duszpasterskie,

¹⁰ Czternasta edycja programu odbyła się 27.04.2017 r.; organizator: Fundacja Młodzieżowej Przedsiębiorczości, [www.dzien-przedsiębiorczosci.junior.org.pl].

¹¹ Informacja o audycji zamieszczona jest na stronie i profilu FB: „Co tydzień zajrzymy do jednego z oddziałów i kół. Porozmawiamy także z KSM-owiczami, którzy szczególnie zapisali się na kartach historii KSM-u w Poznaniu i którym wiele zawdzięczamy” [http://poznan.ksm.org.pl/aktualnosci/20na20].

¹² Informacje o audycjach (np. Lednica od podszewki) oraz o transmisjach spotkań legnickich w kilku ostatnich latach ze stron internetowych [https://www.facebook.com/search/top/?q=Radio%20Emaus%20lednica%202017; http://www.archpoznan.pl/content/view/3224/172/; http://www.lednica2000.pl/tag/lednica-od-podszewki-audycja-radio-emaus/].

studenckie i senioralne. Najtrudniejszym odbiorcą są zawsze grupy młodzieżowe, co potwierdziły przeprowadzone przez mnie badania ankietowe [Zagórska 2017] dowodzące małego zainteresowania radiofonią jako taką, ambitnym przekazem medialnym, a tym bardziej wyznaniowym. Paradoksalnie, warto więc z nimi pracować, co stanowi prawdziwe wyzwanie. Czasem rezultat widoczny jest od razu, czasem należy na niego długo czekać, poza tym zawsze są pozytywne wyjątki, czyli młodzi pasjonaci.

Współpraca Radia Emaus ze szkołami ma różny charakter, od patronatu nad wydarzeniem po systematyczne zajęcia. Warsztaty są tylko jedną z tych form, także niejedyną, mającą formę spotkań mniej czy bardziej sformalizowanych. W redakcji goszczą najczęściej między innymi uczniowie Zespołu Szkół Pijarskich w Poznaniu, Liceum im. Matki Jadwigi Borzęckiej w Poznaniu, Publicznego Gimnazjum Katolickiego im. św. Stanisława Kostki oraz Publicznego Liceum Ogólnokształcącego Katolickiego Stowarzyszenia Wychowawców im. Natalii Tułasiewicz w Poznaniu. Do redakcji przychodzą na zajęcia studenci, także klerycy, seniorzy, ale żadne grupy wiekowe oprócz młodzieży nie stanowią przedmiotu badań i opisu w niniejszym opracowaniu.

Przebieg warsztatów zależy od konkretnych potrzeb i ustaleń z nauczycielami, opiekunami grup (czas trwania, ich częstotliwość, tematyka itp.). Jeśli ma to być jednorazowa wizyta, to najczęściej ma charakter wycieczki, quasi-zwiedzania redakcji (choć to nie muzeum), przyglądania się raczej pomieszczeniom niż faktycznej pracy dziennikarzy i realizatorów. Spotkanie trwa ok. 45 min. dla młodszych dzieci, ok. 60 minut dla starszych. Czasem to właśnie grupy dziecięce chętnie nagrywają piosenki, wiersze czy pozdrowienia (Dzień Babci, Dzień Mamy, Dzień Ojca, życzenia świąteczne), do użytku dla konkretnej grupy albo w celach prezentacji na antenie. Oglądanie studia emisyjnego oraz produkcyjnego byłoby jedynie biernym spędzeniem czasu w redakcji, zapoznaniem się nie tylko z infrastrukturą, ale też ze strukturą redakcji. Znacznie bardziej dzieci i młodzież interesuje możliwość nagrania, nawet jeśli początkowo treść jest większa od ciekawości. Przede wszystkim zajęcia w redakcji to nie lekcja, staniecie przed mikrofonem i przeczytanie bajki, wiersza, tekstu z trudnościami językowymi stanowi zabawę, a zatem, co oczywiste, udaje się uczyć bawiąc. Dla wielu uczniów, niezależnie od ich wieku, zaskakująca jest konfrontacja z własnym głosem, którego wcześniej nie słyszeli, mimo wszechobecnych odtwarzaczy mp3 czy urządzeń nagrywających w telefonach itp. To zadanie, które można krótko opisać: ja przed mikrofonem, mój głos, mówię – słyszę, jest niezwykle cenne, zarówno w aspekcie filologicznym, jak też psychologicznym, stanowi niejako dopełnienie autoprezentacyjne postrzegania siebie przez młodzież.

Uczestnicy warsztatów uczą się emisji głosu, podstaw fonetyki, dykcji, retoryki, interpretacji tekstu. Podoba im się praca i zabawa w studiu produkcyjnym,

kiedy słyszą i widzą zapisany w wykresie plik dźwiękowy czy efekty zmieniające nagranie. Zajęcia są atrakcyjne, ale wymagają od każdego pełnego uczestnictwa, zaangażowania. Młodzieży się to ćwiczenie podoba, ale boją się techniki, wolą mówić do mikrofonu niż realizować program. Pojedyncze osoby przyznają się do prób montażu dźwiękowego bądź filmowego.

Kolejność poszczególnych modułów warsztatowych jest dosyć prosta i logiczna, wypracowana i sprawdzona od kilku lat. Zajęcia najczęściej rozpoczynają się w sali konferencyjnej, gdzie odbywa się część wykładowa. Nie uczestniczą w niej tylko grupy dziecięce, młodzież zaczyna zajęcia od wprowadzenia teoretycznego. Obejmuje ono podstawowe wiadomości z zakresu historii i działania mediów, radiofonii, a przede wszystkim poznańskiej stacji katolickiej. Część praktyczna odbywa się w studiu produkcyjnym, jeśli grupa gości w redakcji po raz pierwszy, często odbywa się szybka wizyta w newsroomie i studiu emisyjnym. Podczas części teoretycznej albo praktycznej mogą pojawić się goście, dziennikarz, prezenter, autor audycji, jeśli nie było okazji, by z nimi porozmawiać wcześniej. Warsztaty prowadzi sekretarz redakcji, dziennikarze oraz prezenterzy, zajęcia z klerykami prowadzi dyrektor radia, kapłan.

Uczniowie szkół pijarskich od kilku lat odbywają systematyczny cykl zajęć w I semestrze roku szkolnego (szczególnie maturzyści). Uczestniczą w warsztatach raz albo dwa razy w miesiącu w siedzibie redakcji, dzięki czemu mogą pracować w studiu radiowym. W ciągu minionych lat zmieniały się forma i sposób pracy, od wspólnych warsztatów klas I, II i III po zajęcia dla najstarszych, połączone z możliwością przygotowania przez uczniów własnej audycji. Pijarskie klasy humanistyczne są oryginalnie podzielone na część teatralną i dziennikarską. Uczestnicy warsztatów przeprowadzali wywiady ze swoimi kolegami oraz opiekunami ich zajęć, czyli aktorami Teatru Nowego i Teatru Polskiego w Poznaniu. Powstawały więc audycje o szkole, ale także o premierze spektaklu, przygotowywanego cały semestr przez teatralną część klasy. Tematem ostatniej audycji z 2017 roku był autostop, a jej emisyjna premiera odbyła się w czasie długiego weekendu majowego. Ciekawym pomysłem podsumowującym zajęcia aktorskie i dziennikarskie jest samo dyplomatorium z udziałem rodziców, nauczycieli, przyjaciół, podczas którego odbywa się premiera spektaklu, zagranego przez młodzież pijarską na deskach teatru (w 2017 roku była to Malarnia Teatru Polskiego w Poznaniu). Po premierze następuje wręczenie całej klasie maturalnej nagród i dyplomów, złożenie życzeń, ogłasza się premierę audycji, jaka zostanie wyemitowana na antenie Radia Emaus, a pijarski zespół dziennikarski otrzymuje jej nagranie. Może efekt nie jest tak spektakularny, jak oklaski po premierze spektaklu, co pokazuje prawdę o zawodzie dziennikarza, pozostającego w blasku czyjegoś sukcesu. Czasem zdarzy się „efekt aureoli”, a czasem praca pozostaje szarą codziennością, z ulotnym, eterycznym zakończeniem na falach radiowych.

Warsztaty pijarskie odbywające się systematycznie od kilku lat należą do nielicznych, są niezwykle czasochłonne, wymagają od wszystkich sporo pracy, zarówno od uczestników, jak też pracowników szkoły i redakcji. Inną formę działań edukacyjnych stanowią warsztaty dla ministrantów, a szczególnie dla lektorów. Specjalne kursy organizuje każda diecezja, w Poznaniu kilka lat temu oprócz zajęć kursowych część ćwiczeń odbywała się właśnie w studiu radiowym. Przy mozolnych, ale koniecznych ćwiczeniach fonetycznych, dykcyjnych, nagranie i możliwość odsłuchania, poprawy czytanej wersji, sposobu tzw. podania tekstu, tym bardziej biblijnego, były niezwykle skuteczne i co ważniejsze, pomocne. Inne wyzwanie stanowi mikrofon na ambonie, inne mikrofon w studiu, ale opanowanie stresu, poprawne zaprezentowanie konkretnego fragmentu *Pisma Świętego*, dające cenne doświadczenie lektorom, czytającym lekcje podczas mszy św., po zdaniu egzaminu, w kościołach całej Archidiecezji Poznańskiej.

O podobne zajęcia, ale już nie tak wymagające, czasem proszą konkretne parafie, duszpasterstwa, wspólnoty. W 2017 roku przypada 20-lecie Katolickiego Stowarzyszenia Młodzieży w Archidiecezji Poznańskiej, na ten temat w Radiu Emaus powstał cykl audycji zatytułowany 20 na 20, czyli 20 audycji na 20-lecie. KSM dba nie tylko o formację duchową, ale też intelektualną. W całej Polsce od kilku lat organizuje tzw. Akademię Dziennikarstwa, oddział poznański przygotowuje ponadto obozy artystyczne (z grupą dziennikarską w 2016 roku), a w roku jubileuszowym dodatkowe warsztaty dziennikarskie odbyły się w Radiu Emaus.

Chociaż młodzież „zanurzona” jest w kulturze popularnej, to także szkoła i media mogą zaoferować coś interesującego, niekoniecznie do tych pasji się odwołując. Trzeba ją poznać, zrozumieć, by określić jej wpływ na młodego odbiorcę przekazu kultury i przekazu medialnego [Jesionek-Biskupska 2006]. Tym bardziej zaskakująca może być współpraca szkoły, także katolickiej, z redakcją katolicką, wbrew stereotypowemu ich postrzeganiu. Dla młodzieży bywa to połączenie trudne, uczniowie szkoły katolickiej nie zawsze odnoszą się z entuzjazmem do propozycji uczestniczenia w zajęciach dziennikarskich w redakcji wyznaniowej. Niewiele jednak trzeba, by owo podejście zmienić. Czasem wystarczy 90 minut warsztatów prowadzonych ambitnie, atrakcyjnie, z poczuciem humoru, by przełamać stereotypowe myślenie o sobie nawzajem.

Od stycznia do czerwca 2017 roku w warsztatach i różnych zajęciach edukacyjnych w Radiu Emaus uczestniczyło ok. 700 osób (to przybliżone dane, nie są prowadzone żadne szczegółowe statystyki). Odpowiada to mniej więcej 1 grupie przyjmowanej w redakcji tygodniowo, są oczywiście klasy mniejsze i większe, są miesiące spokojniejsze i intensywniejsze, ale dla małej redakcji to spore wyzwanie. Czasem spotkania z kołami medialnymi, dziennikarskimi, odbywają się poza redakcją, na przykład w Publicznym Gimnazjum Katolickim im. św. Stanisława

Kostki i Publicznym Liceum Ogólnokształcącym Katolickiego Stowarzyszenia Wychowawców im. Natalii Tułasiewicz w Poznaniu, a dopiero później grupy odwiedzają radio. Wymaga to chęci i zaangażowania wielu osób, by efekt finalny był zadowalający, czasem będzie widoczny dopiero po latach, ale warto podjąć wysiłek, nie tylko dlatego, że działalność stanowi misję radia katolickiego czy szkoły katolickiej. Zaprezentowanych zostało zaledwie kilka wybranych przykładów, choć warsztaty przygotowywane są dla różnych grup, różnych szkół, stowarzyszeń itp. Ze względu na ograniczoną objętość szkicu nie mogą zostać zaprezentowane wszystkie współpracujące podmioty.

Podsumowując zagadnienia dotyczące zakładanej i realizowanej misyjności mediów, od zapisów leksykograficznych, legislacyjnych po przykład Radia Emaus, wróćmy na koniec do fundamentu prawnego. Prezentowane warsztaty stanowią konkretne wypełnienie treści ustawy i realizacji misji, chociaż zapis dotyczy mediów publicznych, jak głosi cytowany już art. 21.1: „Publiczna radiofonia i telewizja realizuje misję publiczną”, szczególnie w przypadku działań edukacyjnych. Tym bardziej idea spełnia się w odniesieniu do mediów w ogóle, a tym bardziej mediów katolickich. W ustawie sformułowane są również sposoby wypełnienia tego zapisu: 1a. Do zadań publicznej radiofonii i telewizji, wynikających z realizacji misji, o której mowa w ust. 1, należy w szczególności: [...] 8) upowszechnianie wiedzy o języku polskim”; czyli warsztatowa emisja głosu, ćwiczenia emisyjne, fonetyczne czy retoryczne. Dalszy zapis, na przykład upowszechnianie edukacji medialnej, bezpośrednio spełniają omawiane tu warsztaty.

Natomiast w świetle dokumentów kościelnych i papieskich oręddzi na Światowe Dni Środków Społecznego Przekazu, misyjne działania Radia Emaus są oczywiste. Czasem samo miejsce i prowadzący wpływają na odbiór preewangelizacyjny czy wprost ewangelizacyjny dobrych inicjatyw, rozumianych aksjologicznie. Jeśli pojawi się odpowiednie odniesienie, ten odbiór zostanie pozytywnie wzmocniony. Pozostaje jeszcze jeden aspekt, a mianowicie przypomnienie o sile audialnego medium słowa. Powoduje to jego osadzenie oraz wszelkich działań radiowych w logosferze. Nic dziwnego zatem, że radio ma opinię medium najbardziej ewangelizatorskiego [Lepa 2001, s. 3], dzięki czemu z pewnością wypełnia misję rozumianą wprost jako działania religijne, jak też rozumianą szeroko jako wszelkie działania promujące ambitną kulturę, naukę, wiedzę itp.

Emaus jako radio środka podejmuje wiele inicjatyw o charakterze edukacyjnym, mających charakter preewangelizacyjny, wpisujących się w szeroko rozumianą misyjność. Prezentowane warsztaty stanowią przemysłane działania, umożliwiające młodemu człowiekowi nie tylko zrozumienie przekazu medialnego. Pomagają w ten sposób stawać się dojrzałym odbiorcą, a także zadawać ważne pytania egzystencjalne, poznawać siebie: „Na drodze medialnych praktyk komu-

nikacyjnych młody człowiek chce poznać samego siebie i świat” [Łazarska 2006, s. 131]. Pamiętamy o tym od wieków, a skojarzenie dla każdego humanisty jest oczywiste. Jak głosił grecki napis w świątyni delfickiej (*gnothi seauton* – poznaj samego siebie) każde pokolenie próbuje poznać siebie i poznać siebie w świecie jemu współczesnym, z odniesieniem jednak do sfery ducha. Działania Radia Emaus pomagają młodzieży odkrywać to, co mądre, dobre i piękne.

Bibliografia

- Asyngier-Kozieł A., 2006, *Kultra – edukacja regionalna – media*, [w:] B. Myrdzik, M. Latoch-Zielińska (red.), *Kultura popularna w szkole. Pobłażliwe przyzwolenie czy autentyczny dialog?*, Lublin, s. 273–286.
- Bauer Z., Chudziński E. (red.), 2008, *Dziennikarstwo i świat mediów. Nowa edycja*, Kraków.
- Bieliczyński J., 2006, *Misja i wizja regionalnego radia publicznego*, „Studia Medioznawcze”, nr 3.
- Bolińska M., 2006, *Prymat obrazka, czyli rola mediów audiowizualnych w upowszechnianiu kultury (z punktu widzenia współczesnej szkoły)*, [w:] B. Myrdzik, M. Latoch-Zielińska (red.), *Kultura popularna w szkole. Pobłażliwe przyzwolenie czy autentyczny dialog?*, Lublin, s. 151–160.
- Bortnowski S., 1999, *Warsztaty dziennikarskie*, Warszawa.
- Drożdż M., 2011, *Misyjność radia lokalnego*, [w:] *Radio i społeczeństwo*, Lublin, s. 95–110.
- Drzewiecki P., 2010, *Renesans słowa. Wychowanie do logosfery w kulturze audiowizualnej*, Toruń.
- Jesioneck-Biskupska B., 2006, *Kultura popularna w szkole. Pobłażliwe przyzwolenie czy autentyczny dialog*, [w:] B. Myrdzik, M. Latoch-Zielińska (red.), *Kultura popularna w szkole. Pobłażliwe przyzwolenie czy autentyczny dialog?*, Lublin, s. 53–63.
- Kłakówna Z. A., 2003, *Przymus i wolność. Projektowanie procesu kształcenia kulturowej kompetencji*, Kraków, s. 120–141.
- Lepa A., 1995, *Co to jest logosfera?* „WAL” nr 12, s. 58–66.
- Lepa A., 2003, *Funkcja logosfery w wychowaniu do mediów*, Łódź.
- Lepa A., 2000, *Pedagogika mass mediów*, Łódź.
- Lis M., 2016, *Edukacja filmowa – element alfabetyzacji audiowizualnej*, „Katecheta”, nr 2.
- Łazarska D., 2006, *Uczeń jako odbiorca kultury medialnej*, [w:] B. Myrdzik, M. Latoch-Zielińska (red.), *Kultura popularna w szkole. Pobłażliwe przyzwolenie czy autentyczny dialog?*, Lublin, s. 131–139.
- Łęcicki G., 2015, *Problematyka katolickich mediów audiowizualnych we współczesnej Polsce*, [w:] J. Sobczak, J. Skrzypczak (red.), *Media religijne i wyznaniowe w Polsce i na świecie*, Poznań, s. 163–175.
- Łuczak M., 2014, *Misja mediów publicznych. Między faktem a iluzją*, [w:] J. Gołuchowski, D. Konieczna, K. Zdanowicz-Cyganik (red.), *(Ko)media. Konteksty dyskursu medialnego*, Warszawa, s. 21–28.

- Markiewicz W., 2000, *Radio – świat z dźwięków*, [w:] Z. Bauer, E. Chudziński (red.), *Dziennikarstwo i świat mediów*, Kraków, s. 282–296.
- Skworz A., Niziołek A. (red.), 2010, *Biblia dziennikarstwa*, Kraków.
- Statut Emaus – Katolickiego Radia Emaus z 10.05. 2008 r., n. 2779/2008.
- Szczepaniak M., 2015, *Patrzanie obrazu. Obrazowanie jako strategia komunikacyjna w przepowiadaniu*, „Teologia Praktyczna”, nr 16.
- Tarczyńska B., 2006, *Po szkolnemu to także po polsku*, [w:] B. Myrdzik, M. Latoch-Zielińska (red.), *Kultura popularna w szkole. Pobłażliwe przyzwolenie czy autentyczny dialog?*, Lublin, s. 297–302.
- Tokarski J. (red.), 1979, *Słownik wyrazów obcych PWN*, Warszawa.
- Zagórska K., 2016, *Od misyjności chrztu Polski do misyjności przekazów radiowych*, „Teologia Praktyczna”, nr 17, s. 249–268.
- Zagórska K., 2011, *Program – portal – działanie w poznańskiej radiofonii katolickiej*, [w:] *Radio i społeczeństwo*, Lublin, s. 161–176;
- Zagórska K., *Programy radiowe dla dzieci w wieku szkolnym. Wokół edukacji medialnej*, [w:] B. Boniecka, A. Granat (red.), 2017, *Recepcja mediów*, t. 3: *Recepcja mediów przez dzieci w wieku szkolnym*, Lublin, s. 11–40.
- Zgółkowie H. T., *Mówię, więc jestem. Podręcznik języka polskiego dla licealistów*, Kraków 2001.
- Zgółkowa H. (red.), 1999, *Praktyczny słownik współczesnej polszczyzny*, t. 21, Poznań.
- Zgółkowa H. (red.), 2002, *Praktyczny słownik współczesnej polszczyzny*, t. 35, Poznań.
- <http://www.katecheza.episkopat.pl/index.php/menu/nauczanie-religii-w-szkole/dokumenty-koscielne/32-podstawa-programowa-2010> [dostęp: 30.06.2017].
- <http://isap.sejm.gov.pl/DetailsServlet?id=WDU19930070034> [dostęp: 30.06.2017].
- <http://www.niedziela.pl/artukul/1502/Kodeks-Prawa-Kanonicznego-o-mediach> [dostęp: 30.06.2017].
- <http://www.ocdn.pl/> [dostęp: 30.06.2017].
- <http://www.paulus.org.pl> [dostęp: 30.06.2017].
- <http://poznan.ksm.org.pl/aktualnosci/20na20> [dostęp: 30.06.2017].
- <http://www.radioemaus.pl/#/pl/radio/historia/historia.html> [dostęp: 30.06.2017].
- http://www.radioemaus.pl/#/pl/radio/wizyta_w_radiu/wizyta_w_radiu.html [dostęp: 30.06.2017].
- http://www.radioemaus.pl/#/pl/radio/wspolpracuj_z_nami/staz_w_radiu.html [dostęp: 30.06.2017].
- http://www.radioemaus.pl/#/pl/radio/wspolpracuj_z_nami/wolontariat.html [dostęp: 30.06.2017].
- http://www.radioemaus.pl/#/pl/radio/wspolpracuj_z_nami/wspolpraca_ze_szkolami.html [dostęp: 30.06.2017].
- <http://sjp.pwn.pl/szukaj/misja.html> [dostęp: 30.06.2017].
- http://www.wsjp.pl/index.php?id_hasla=32005&ind=0&w_szukaj=misja [dostęp: 30.06.2017].
- http://www.wsjp.pl/index.php?id_hasla=32005&id_znaczenia=4835405&l=15&ind=0Człowiek w społeczeństwie; religia – kościół, wyznania: zasady i prawdy wiary [dostęp: 30.06.2017].

Misyjność radia na przykładzie warsztatów dla młodzieży

Streszczenie

Artykuł stanowi naukową refleksję nad regionalną radiofonią katolicką w ujęciu teoretycznym oraz praktycznym. Przedmiotem badań jest sprawdzenie, w jaki sposób przez media wyznaniowe jest rozumiana i wypełniana misja, szczególnie w odniesieniu do edukacji. Przywołane zostały opracowania leksykalne i legislacyjne, świeckie oraz kościelne, definiujące pojęcie misji. Opisane inicjatywy edukacyjne stanowią przykład działań pozaprogramowych. Radio jako medium słowa daje wiele możliwości dydaktycznych, w tym fonetycznych, dykcyjnych i retorycznych. Zasadne jest więc organizowanie i prowadzenie warsztatów dla młodzieży. Od kilkunastu lat poznańskie Radio Emaus prowadzi zajęcia we współpracy ze szkołami, wychowawcami, środowiskami parafialnymi oraz duszpasterskimi. Podejmowane inicjatywy z zakresu edukacji medialnej wpisują się w szeroko rozumianą działalność misyjną radia katolickiego w Poznaniu.

Słowa kluczowe

media, przekaz medialny, edukacja medialna, radio, radiofonia katolicka, warsztaty dziennikarskie dla młodzieży

Mission of Radio Shown by the Example of Workshops for the Youth

Summary

The article is a scientific reflection on the regional Catholic radio broadcasting considered from both theoretical and practical points of view. The aim of the research is to check how the mission is understood and realised by religious media, especially in education. The mission is defined by lexical and legislative, secular and church studies. The described educational initiatives are an example of out of programme actions. Radio as a medium of word provides many educational possibilities, including phonetic, diction and rhetorical activities. Therefore, it is reasonable to organize workshops for the youth. For many years the Poznań "Emaus" Radio has been organizing activities in cooperation with schools, tutors, parishes and priesthood environments. The undertaken initiatives concerning media education are included in the broadly understood mission of the Catholic radio in Poznań.

Keywords

media, communication media, media education, radio, Catholic radio broadcasting, journalism workshops for teenagers