

Piotr Tomasz Nowakowski

Deprecjacja pracy i wysiłku w kolorowych pismach dla młodzieży

Oddziaływanie prasy młodzieżowej stanowi poważne zagadnienie do refleksji ze względu na cechy swej publiczności, którą stanowi pokolenie dopiero wkraczające w dorosłe życie. Bywa wszak, że po czasopisma takie jak „Bravo”, „Bravo Girl!”, „Dziewczyna” lub „Popcorn” sięgają dzieci, które dopiero opuścili przedszkole. Co w nich znajdują?

„Randka: chcesz wiedzieć więcej?”, „Święta na wesoło”, „Tak się podrywa chłopców!”, „Gwiazdy rozdają prezenty”, „Jak przeżyć miłość z happy endem” — oto wybrane slogany z okładek. Wczytawszy się w treść kolorowych pisemek, dowiadujemy się, że „Daniel niemal z każdej imprezy wychodzi z inną dziewczyną”, wokalista The Rasmus „urządził jedną ze swoich osławionych imprez: ostra muza, fuli drinków i jedna osoba na metr kwadratowy”, zaś tournée grupy HIM to wprost „niekończące się pasmo koncertów i imprez”.

Przy choćby pobieżnej analizie niektórych tytułów musi zastanawiać dominacja w ich treści ducha zabawy. Co więcej, doskonały pas transmisyjny dla pierwiastków hedonistycznych stanowią pojawiające się na ich łamach barwne i atrakcyjne ilustracje. W kontekście silnej dążności do dostarczania rozrywki trudno nie zgodzić się z futurystycznym przypuszczeniem Aliny Petrowej-Wasilewicz, że gdyby jakiś etnolog spróbował zrekonstruować życie ludzi końca XX wieku na podstawie pism młodzieżowych (miała tu na myśli „Bravo”, „Popcorn” i „Dziewczynę”), musiałby stwierdzić, że było ono „nieustającą balangą”.

· Zob. A. Petrowa-Wasilewicz, *Świat jako nieustająca balanga*, „Więź”, 2 (1997), s. 54.

Czym jest ten hedonizm?

Hedonizm (gr. *hedone* — przyjemność, rozkosz) to określona doktryna etyczna głosząca, że *przyjemność* jest najwyższym albo nawet jedynym dobrem i stanowi kryterium moralnej oceny postępowania. Hedonizm bywa formułowany w wersji egoistycznej (dobrem jest moja przyjemność) lub w wersji zabarwionej altruistycznie (dobrem jest także cudza przyjemność). W sytuacji konfliktu między własną a cudzą przyjemnością hedoniści zazwyczaj polecają kierować się względem na przyjemność własną, albo wybierać sposób postępowania oparty na racjonalnej kalkulacji, na przykład „arytmetyce moralnej”.

Skrajny hedonizm etyczny (Arystyp z Cyreny, Jeremy Bentham) podkreśla wartość przyjemności zmysłowych (cielesnych). Jego umiarkowana wersja wprowadza rozróżnienie jakościowe i dzieli przyjemności na zmysłowe i duchowe, te drugie uznając za lepsze i bardziej godne wyboru (Epikur, John S. Mili)². Podniesienie kwestii różnic jakościowych pokazuje, że nie istnieje żadna wspólna wszystkim miara, według której można oceniać przyjemności³.

Z pewnością trudno nawet wyobrazić sobie, ażeby ludzie szukali w swym życiu więcej przykrości niż przyjemności. Krytycy hedonizmu wskazują jednak, że istotny błąd leży w uznaniu samej przyjemności za

² Bentham prezentował konsekwentny hedonizm etyczny zgodnie z wypowiedzią, że szpilka jest równie wartościowa jako dzieło sztuki, jeśli tylko daje tyle samo przyjemności, podczas gdy Mili, twierdząc, że lepiej być „niezadowolonym Sokratesem niż zadowolonym zwierzęciem”, usiłował wykazać przewagę jednych przyjemności nad innymi. Miał na myśli tzw. przyjemności duchowe, które są wyższe jakościowo niż przyjemności zmysłowe (zob. E. Klimowicz, *Utylitaryzmy w etyce. Współczesne kontrowersje wokół etyki Johna Stuarta Milla*, Warszawa 1974, s. 140).

³ Do kategorii hedonizmu zaliczamy też pojawiające się w mediach treści ludyczne. Roger Caillois podzielił sferę zabawy na cztery klasy: *agon* (współzawodnictwo), *alea* (gry losowe), *mimicry* (naśladowanie, przebijanie się, udawanie kogoś innego), *ilinx* (oszołomienie). *Agon* zadomowił się w mediach w postaci tematyki sportowej i sensacyjnej. Widoczna jest też skłonność do eksponowania *agonu* w wiadomościach politycznych i innych. Do tej sfery należą różne konkursy i gry telewizyjne, zawierające element rywalizacji, rankingi na podstawie badania opinii publicznej lub głosów czytelników. *Alea* to krzyżówki i inne rozrywki umysłowe z losowanymi nagrodami. *Mimicry* występuje w mediach, jako zainteresowanie teatrem, kinem i telewizją, zaś *Ilinx* - w postaci rytmicznej muzyki oraz publikacji poświęconych muzyce rozrywkowej i gwiazdom muzyki (zob. R. Caillois, *Żywioł i ład. Ludzkie a gry i zabawy*, przeł. A. Tatarkiewicz, Warszawa 1973; tenże, *Gry i ludzkie*, przeł. A. Tatarkiewicz, M. Żurowska, Warszawa 1997, s. 21n.).

największe dobro, któremu wszystko inne w ludzkim działaniu winno być podporządkowane. Tymczasem — jak przekonują — przyjemność nie jest dobrem jedynym, nie jest też właściwym celem działania człowieka, o moralnej zaś wartości przyjemności decyduje cel i sposób korzystania z tejże. W swej książce pt. *Miłość i odpowiedzialność*⁴ Karol Wojtyła tłumaczy, że nie wolno przyjemności traktować „jako jedynej normy działania, tym bardziej jako zasady, na podstawie której orzekam i wyrokuję, co w czynach moich lub też jakiejś innej osoby jest moralnie dobre, a co złe. Wiadomo przecież, że niejednokrotnie to, co jest prawdziwie dobre, to, co nakazuje mi moralność i sumienie, łączy się właśnie z pewną przykrością, a domaga się rezygnacji z jakiejś przyjemności”⁵.

Zmierzch kultury wyższej?

Z powyższych rozważań wynika, że hedonizm może być formułowany w wersji skrajnej (podkreślającej przyjemności zmysłowe) lub w wersji umiarkowanej (rozdzielającej przyjemności zmysłowe i duchowe). Nie trudno wykazać, że na łamach wspomnianych wcześniej pism przeważa pierwsza forma hedonizmu.

Skąd tak bezapelacyjna przewaga sądów hedonistycznych? Można założyć, że jest ona owocem strategii, która polega na budowaniu atrakcyjnego wizerunku wszystkiego, o czym traktują łamy pisma. Innymi słowy, duch zabawy rozprzestrzenia się w mediach na skutek chłodnej kalkulacji wydawców, którzy chcą złowić czytelnika, w ślad za tym sprzedać jak najwięcej egzemplarzy pisma, by w efekcie pozyskać maksymalną liczbę reklamodawców. Nie można też wykluczyć, że zjawisko to pozostaje w związku z modnym dzisiaj postmodernistycznym hedonizmem (czyli stanowi odbicie światopoglądu wydawców). Najprawdopodobniej oba wytłumaczenia są prawdziwe. Bez względu na przyczyny tego zjawiska, całkowicie uzasadnione są obawy, że na skutek kontaktu z pismami promującymi skrajny hedonizm, wyrasta nam pokolenie analfabetów, dla którego wszystko, co stworzyli umarli poeci będzie skamieliną i martwym językiem, niezrozumiałym dla ludzi nowoczesnych⁶. Jak konkluduje Alina Pe-

⁴ K. Wojtyła, *Miłości odpowiedzialność*, Lublin 1996, s. 38.

⁵ Zob. Petrowa-Wasilewicz, dz. cyt., s. 61.

trowa-Wasilewicz, zmierzch kultury może nastąpić „nie wskutek katastrof, żywiołów i najazdów, a dlatego, że nie wychowała następców”⁶.

Kultura, będąca wyrazem przyjemności duchowych, nie ma dobrej prasy we wspomnianych pismach. Prezentowana jest co najwyżej przez książkę w stylu biografii Britney Spears, albo przez film, w formie recenzji mniej lub bardziej ambitnych przebojów kinowych oraz produkcji na kasetach video. Nie istnieje malarstwo, chyba że chodzi nam o malowanie powiek, ust i paznokci lub wszechobecne (przede wszystkim w „Bravo”) tatuaże, jak w zdaniu: „Mamy dla was śliczne, seksowne, uwodzicielskie, przyciągające chłopięce spojrzenia i przede wszystkim kolorowe tatuaże! Wybierzcie najładniejszy wzór i bawcie się na maksa!”. Natomiast o teatrze, operze, filharmonii, a także bibliotekach, wernisażach i muzeach nie ma w tych pismach praktycznie ani słowa.

„Czy trasa go wykończy?”

O wiele gorsze od kulturowych mogą być następstwa moralne i wychowawcze. Na skutek kontaktu ze skrajnym hedonizmem młody czytelnik nasiąka ideami łatwości, wygody, przyjemności i wolności od trudu. Z kolorowych stron dowiaduje się, że wszystkie potrzeby należy zaspokajać. A przecież, jeśli człowiek chce się w pełni rozwinąć, potrzebuje pracy, trudu i wysiłku. Jeżeli już mamy z nimi do czynienia, to ich wyrazem są co najwyżej prezentowane w pismach dla dziewcząt ascetyczne zabiegi, dążące do utrzymania dobrej figury: „Będziesz musiała zdecydować się na kilka poświęceń. Pożegnaj grzecznie czekoladę”. Innym razem jest to ciężki trud idola w dochodzeniu na szczyt i utrzymaniu się na nim. Czytamy na przykład, że Janet Jackson „jest tytanem pracy. Ludzie, którzy mieli okazję widzieć, jak przygotowuje nowe piosenki, twierdzą, że ta kobieta nie wie, co znaczy zmęczenie”. Zaś w stosunku do Ville Valo z HIM redakcja „Bravo” zadaje niepokojące pytanie: „Czy trasa koncertowa go wykończy?”.

Nie sposób nie wspomnieć o szkole, która praktycznie też nie jest obecna we wspomnianych tytułach. Jeśli w ogóle mówi się o niej, to bardziej w charakterze miejsca prowadzenia życia towarzyskiego, a nie reali-

⁶ Tamże.

zacji jej zasadniczej funkcji, która na łamach wielu kolorowych pisemek przyjmuje charakter drugo-, a nawet i trzeciorzędny. W horoskopie na łamach „Bravo” czytamy: „Nie przemęczaj się lekcjami i zamiast je odrabiać, chodź na spacer. Na ślęczenie nad książkami przyjdzie czas!”. A przykładowy wyraz hierarchii ważności w szarym życiu zwykłego ucznia odnajdujemy w miesięczniku „Dziewczyna”: „Popatrz, jak w szkole przywrócić włosom świeży oraz puszysty wygląd!”.

Obecnie na łamach wielu pism ukazuje się młodzieży życie jako niekończącą się prywatkę. Tymczasem, jak pisze Wojciech Chudy w *Śniadaniu u Sokratesa*, każda przyjemność jest trochę dwuznaczna, gdyż „obok funkcji pobudzającej, kojącej lub uszczęśliwiającej ma też funkcję przywiązywania do siebie, pociągania ku samej sobie, czyli ku przyjemności. Stwarza to pokusę absolutyzacji przyjemności”⁷. Nie są więc bezpodstawne obawy, że młodzież wychowana na komercyjnych pismach, zwłaszcza tych prześlągniętych skrajnym hedonizmem, i ograniczająca się do postrzegania świata przez pryzmat prezentowanych na ich łamach treści, ulegnie swoistemu „upośledzeniu motywacyjnemu” i nie będzie w stanie sprostać wyzwaniom dorosłego życia.

Dobro jest trudne

Doświadczenie życiowe przekonuje o zasadniczym błędzie postawy upatrującej szczęścia i radości w płytkich i niewyszukanych często zabawach. Choć przyjemność przez nie sprawiana bywa gwałtowna, to jest ona też, stosownie do swej gwałtowności, krótkotrwała. „Dobro, ze względu na które w te próżne zabawy się zanurzamy, okazuje się w końcu dobrem pozornym i złudnym. Zmysłowe przyjemności, jeśli się na nich poprzestaje, przynoszą nudę i zniechęcenie - tym większe, im więcej miejsca w naszym życiu zajmują” - pisze Arkadiusz Robaczewski⁸.

Chodzi nie tylko o problem niegodziwości pewnych zabaw i rozrywek, lecz również o nadmierne pożądanie nawet najbardziej godziwych z nich, które są w stanie nieraz przesłonić wszystkie obowiązki. Łączy się to najściślej z chęcią używania radości życia i z odrazą do pracy typową dla

⁷ W. Chudy, *Śniadanie u Sokratesa, czyli trzy, cztery rzeczy najważniejsze*, Kraków 1999, s. 29.

⁸ A. Robaczewski, *O cnotach i wychowaniu*, Lublin 1999, s. 75.

ludzi, których od młodości nie wdrożono do obowiązku pracy, pozwalając zbyt wiele czasu poświęcać rozrywkom. Ale i tam, gdzie nie wypiera ona zupełnie pracy, zabawa nieraz jeszcze zbyt silnie pociąga i wysuwa się na pierwszy plan. „Mamy wtedy ludzi, którzy swe obowiązki zawodowe spełniają byle jak, aby zbyć, bo myśl ich jest całkowicie zajęta tym jakimś ulubionym zajęciem, sportem, polowaniem, tańcem, jeśli nie czymś gorszym, jak karcjarstwem i hulanką” - tłumaczy Jacek Woroniecki⁹. Jan Kochanowski napisał w *Pieśni XX*: „Miło szaleć, kiedy czas po temu”. Dlatego należy położyć nacisk na to, by nie wypoczywać, nie używać rozrywki kosztem obowiązków. Pamiętać wypada o hierarchii: najpierw rzeczy obowiązkowe, później pożyteczne, a na koniec przyjemne. Nigdy na odwrót¹⁰.

Każdy, kto nadmiernie zaufa łatwości i wygodzie, prędzej czy później dozna rozczarowania. Podążając przez życie odkryje bowiem, że najważniejsze jego przejawy łączą się z *w y s i ł k i e m i c i e r p i e n i e m*. Wojciech Chudy tłumaczy, że człowiek, który przekracza swym przeżywaniem poziom powierzchownych pobudzeń oraz „życia chwilą”, a tym samym przestaje być „wiecznym dzieckiem”, spotyka się z ciężarem życia jako podstawową składową ludzkiego losu. „Taka jest cena dojrzałości” — stwierdza¹¹.

„Dobro jest trudne” (*Bonum arduum est*) — mawiali starożytni filozofowie. Dziś o tej prawdzie chyba zapomniano, choć przecież, gdy zechcemy się nad nią zastanowić, to poraża ona swą oczywistością¹². Niemożliwe jest przecież dobre wykonanie utworu fortepianowego bez skomplikowanych, długotrwałych i żmudnych ćwiczeń. Podobnie ze sportem: na sukcesy sportowcy pracują latami. Tak ceniona spontaniczność nie pomoże stać się dobrym muzykiem czy sportowcem. Oprócz talentu, predyspozycji i dobrych chęci konieczna jest niełatwa nauka. O ileż bardziej prawda o *t r u d n y m d o b r u* dotyczy kształtowania charakteru. Jest to przecież bardziej skomplikowane zadanie niż muzyka i sport.

W kontekście wszechobecnej promocji dóbr hedonistycznych konieczne jest wskazanie na kluczową rolę *a s c e z y* (gr. *áskeŕsis* — ćwiczenie,

⁹ J. Woroniecki, *Katolicka etyka wychowawcza*, t. II, cz. 1, Lublin 1995, s. 417.

¹⁰ Zob. P. T. Nowakowski, *Fastfood dla mózgu, czyli telewizja i okolice*, Tychy 2002, s. 86.

¹¹ W. Chudy, dz. cyt., s. 84.

¹² Zob. A. Robaczewski, dz. cyt., s. 46.

Deprecjacja pracy i wysiłku w kolorowych pismach dla młodzieży 141

kształcenie) w kształtowaniu charakteru moralnego. Wbrew potocznemu przekonaniu asceza nie oznacza przekreślenia przyjemności i nie jest wyrazem niechęci do niej. Ascezę uprawia ten, kto często odmawia sobie rzeczy, które same w sobie nie są złe, ale w życiu może się bez nich obejść. Zadaniem ascezy jest więc sprawić, aby te przyjemności zajmowały właściwe im miejsce.

Wskazane jest, aby powyższe uwagi rozważyli wydawcy pism, którzy ujawniają choćby najmniejszą chęć wpływania w sposób konstruktywny na młodego czytelnika. Jednak warto również, aby uwzględniły je i przemyślały osoby odpowiedzialne za wychowanie w ścisłym tego słowa znaczeniu — zwłaszcza rodzice, nauczyciele i katecheci.

The depreciation of the work and effort in the coloured magazines for the youth

The Author takes under considerations the youth magazines and their influence on the generation entering its adult life. The content of such journals is dominated by a spirit of the fun. In his/her contact with the extreme hedonism the youngster feeds on ideals of the easiness, comfort, pleasure, and liberty of the trouble. From the coloured pages he/she learns that all his/her needs are to be fulfilled. Yet if the man seeks to develop himself/herself integrally he/she needs to work, trouble, and effort. In a context of the promotion of hedonistic goods — in the light of the article — it is necessary to indicate the crucial role of the ascetism (gr. *askesis* — exercise, formation) in shaping the moral character. Next it is advisable that the editors of magazines who appreciate an interest in influencing on the young reader development constructively consider the above remarks.