

Sylwia Słowińska

## MIĘDZYKULTUROWE UCZENIE SIĘ W STYLU POP, CZYLI JAK TALK-SHOW „EUROPA DA SIĘ LUBIĆ” EDUKUJE DO WIELOKULTUROWOŚCI

### 1. Rozumienie edukacji międzykulturowej

W perspektywie edukacji całożyciowej także media i związana z nimi kultura popularna są przestrzenią uczenia się. Typowym zjawiskiem popkultury<sup>1</sup> jest talk-show. „Europa da się lubić” – konkretny przykład tego gatunku telewizyjnego – będzie przedmiotem tego opracowania. Spróbuję zastanowić się nad jego potencjałem z perspektywy edukacji międzykulturowej.

W analizie przyjmuję szerokie rozumienie edukacji jako uczenia się i potraktuję ją jako proces przekraczający ramy instytucjonalne, dynamiczny, rozproszony i wszechobecny, stały, związany z aktywnością jednostki, nie zawsze w pełni uświadomiony, dokonujący się w naturalnych interakcjach ze światem i innymi ludźmi, obejmujący także uczenie się nieintencjonalne, prowadzący do zdobywania nie tylko nowej wiedzy i umiejętności, ale także do zmiany postaw i redefinicji tożsamości<sup>2</sup>. Zgodnie z takim stanowiskiem codzienność jest obszarem, w którym dokonuje się edukacja, a stałym elementem owej codzienności jest kultura popularna.

Projekt edukacji międzykulturowej wiąże się z przekonaniem, że działania pedagogiczne mogą przeciwdziałać wielu problemom nękającym współczesne zróżnicowane kulturowo społeczeństwa. A zatem edukacja międzykulturowa powinna zmniejszać konflikty na tle różnic, przeciwdziałać nietolerancji, uprzedzeniom i wro-

<sup>1</sup> Określenia „popkultura” używam zamiennie z terminem „kultura popularna”. Kultury popularnej nie utożsamiam z kulturą niską i trywialną. Uznaję, że obejmuje ona różnorodne fenomeny, reprezentujące różne poziomy, są to więc zjawiska zarówno proste i nieskomplikowane, jak i niebanalne i wyrafinowane w swej treści oraz formie. Kategoria „popularny” oznacza tu zatem „dostępny”, „powszechny”. Zob. W. Jakubowski, *Kultura popularna jako obszar refleksji pedagogicznej*, [w:] *Edukacyjne konteksty kultury popularnej*, red. W. Jakubowski, E. Zierkiewicz, Kraków 2002, s. 13.

<sup>2</sup> J. Field, *Badania nad całożyciowym uczeniem się dorosłych; tendencje i perspektywy w świecie anglojęzycznym*, „Teraźniejszość-Człowiek-Edukacja” 2001, nr 1; M. Małecki, *Edukacja dorosłych w pojęciowym zgiełku. Próba rekonstrukcji zmieniającej się racjonalności andragogiki*, [w:] *Pedagogika i edukacja wobec nowych wspólnot i różnic w jednoczącej się Europie*, red. E. Małecka, B. Śliwerski, Kraków 2002; M. Małecki, *Teorie andragogiczne. Metodologia teoretyczności dyscypliny naukowej*, Wrocław 1998.

gości. Tak pojęte zadania realizowane są poprzez inicjowanie wzajemnych spotkań i wymianę doświadczeń w kontakcie z innymi kulturami<sup>3</sup>. Edukacja międzykulturowa nie zmierza do usuwania różnic. Chodzi o uczenie się akceptowania ich i rozumienia, o budowanie świadomości równorzędności różnych kultur, o przygotowanie do egzystowania w zróżnicowanym kulturowo świecie, o wspieranie komunikacji między kulturami – kontaktów wolnych od uprzedzeń i stereotypów, sprzyjających wymianie i wzajemnemu wzbogacaniu<sup>4</sup>.

Przyjmuję, że edukacja międzykulturowa nie jest jedynie procesem zamkniętym w szkolnych murach. Dokonuje się ona również (przede wszystkim?) w sytuacjach nieformalnych. Podkreślają to autorzy koncepcji, wskazując na codzienne kontakty i spotkania przedstawicieli różnych kultur jako najbardziej wartościowe przestrzenie uczenia się międzykulturowego. Istotnym elementem komunikacji, jaka dokonuje się w spotkaniach międzykulturowych, jest różnica kulturowa. A proces komunikacji jest możliwy, gdy dostrzegane są różnice między mną a Innym (Inny – człowiek różniący się od nas)<sup>5</sup>.

Punktem wyjścia komunikacji międzykulturowej, międzykulturowego spotkania, jest stan cechujący się obecnością dzielących jej uczestników różnic norm, przekonań, wartości, wzorów myślenia czy zachowania. [...] Z drugiej strony, aby możliwa była komunikacja, konieczny jest pewien poziom homogeniczności kulturowej<sup>6</sup>.

Program „Europa da się lubić” jest płaszczyzną spotkania międzykulturowego w dwojakim sensie. W studio odbywa się spektakl, podczas którego następuje spotkanie przedstawicieli różnych narodów. Po drugie, widzowie przed telewizorami spotykają się z odmiennością kulturową, tyle że w sposób zapośredniczony przez medium, jakim jest telewizja. Podczas spotkania międzykulturowego może dokonywać się międzykulturowe uczenie się. Ma ono miejsce wówczas, gdy w kontakcie z człowiekiem innej kultury próbujemy zrozumieć jego odmienny „system orientacyjny” – wartości, sposób myślenia i działania. Konieczna jest przy tym znajomość własnego systemu, gdyż proces doświadczenia obcej kultury jest jednocześnie procesem doświadczenia własnej. Kontakt z inną kulturą pozwala postrzegać i poddawać refleksji cechy i elementy własnej. Doświadczenie własnej i innej kultury splatają się w jeden proces międzykulturowego przeżywania świata<sup>7</sup>.

<sup>3</sup> B. Śliwerski, *Współczesne teorie i nurty wychowania*, Kraków 1998, s. 289-290.

<sup>4</sup> M.S. Szymański, *Od pedagogiki dla cudzoziemców do pedagogiki międzykulturowej w Republice Federalnej Niemiec – czyli modernizm i postmodernizm*, [w:] *Edukacja międzykulturowa. W kręgu potrzeb, oczekiwań, stereotypów*, red. J. Nikitorowicz, Białystok 1995, s. 102.

<sup>5</sup> D. Misiejuk, *Komunikowanie się z obcym*, [w:] *Kultury tradycyjne a kultura globalna. Konteksty edukacji międzykulturowej*, red. J. Nikitorowicz, M. Sobecki, D. Misiejuk, Białystok 2001, t. 2, s. 164.

<sup>6</sup> A. Kapciak, *Komunikacja międzykulturowa jako fenomen kultury*, [w:] *Komunikacja międzykulturowa. Zbliżenia i impresje*, red. A. Kapciak, L. Korporowicz, A. Tyszka, Warszawa 1995, s. 189.

<sup>7</sup> B. Śliwerski, *Współczesne teorie...*, s. 293.

Analizując talk-show z perspektywy projektu edukacji międzykulturowej, staram się odpowiedzieć na pytanie: W jaki sposób program przygotowuje do egzystencji w zróżnicowanym kulturowo świecie?

## 2. Poznajmy się (i polubmy). Jak „Europa da się lubić” oswaja z innością kulturową

Konwencja talk-show, wedle której realizowana jest „Europa da się lubić”, to gatunek telewizyjny trudny do precyzyjnego scharakteryzowania, gdyż jego ramy są płynne, a formuła zmienna. Powstał w Stanach Zjednoczonych na początku XX wieku, jest spadkobiercą programów radiowych i to właśnie określa jego specyfikę – polega na rozmowie, w związku z czym pojawiające się w literaturze przedmiotu określenie „gadanie na ekranie” wydaje się tu jak najbardziej na miejscu<sup>8</sup>.

W polskiej telewizji talk-show pojawił się w latach dziewięćdziesiątych. Dziś każda stacja telewizyjna emituje własne talk-show, które częstokroć plasują się wśród hitów oglądalności. Popularne obecnie programy tego gatunku to m.in. „Rozmowy w toku”, którego gospodynią jest Ewa Drzyzga (TVN), „Szymon Majewski show” (TVN), „Kuba Wojewódzki” (Polsat), a także „Europa da się lubić” (TVP2).

Talk-show – jak już wspomniano – opiera się na rozmowie z zapraszanymi do studia znanymi osobami, gwiazdami lub (w zależności od formuły) tzw. zwykłymi ludźmi. Przysłuchuje się jej publiczność zgromadzona na widowni, która w tym przedstawieniu ma także swą rolę do odegrania; jej zadaniem jest współkreowanie obrazu dobrej zabawy: bicie brawa, pokrzykiwanie, wyrażanie uznania lub dezaprobaty. Publiczność głośno się śmieje, kołysze w rytm muzyki lub śpiewa wspólnie z głównymi aktorami spektaklu piosenki. W niektórych programach, gdzie nie dominuje duch zabawy, włączana jest ona do rozmowy, osoby z widowni zadają pytania, udzielają porad i wygłaszają komentarze.

W amerykańskiej konwencji talk-show jest programem autorskim, mocno skoncentrowanym na osobie prowadzącej, która jest kreowana na gwiazdę programu, ma wpływ na jego kształt i tematykę, sprawuje kontrolę nad gośćmi i publicznością w studio<sup>9</sup>. Częstokroć talk-show grają na ludzkich emocjach, poruszają tematy tabu, eksplloatują sferę życia prywatnego zaproszonych, poruszając najbardziej intymne sprawy i skłaniając do zwierzeń, w wielu podstawą jest plotkowanie. Innym rodzajem jest talk-show polityczny (np. „Co z tą Polską?” T. Lisa i „Teraz My” A. Morozowskiego i T. Sekielskiego). Talk-show to program dostarczający zabawy i rozrywki, ale w pewnym stopniu realizuje także funkcje terapeutyczne i edukacyjne<sup>10</sup>.

<sup>8</sup> K. Guzik, *Od Tele – Echa do Rozmów w toku – kariery gadania w telewizji*, [w:] 30 najważniejszych programów TV w Polsce, red. W. Godzic, Warszawa 2005, s. 141-142.

<sup>9</sup> *Ibidem*, s. 146.

<sup>10</sup> W. Godzic, *Polski talk – amerykański show*, [w:] idem, *Telewizja jako kultura*, Kraków 2002, s. 115.

Program „Europa da się lubić” produkowany jest na licencji i emitowany na antenie drugiego programu TVP od lutego 2003 roku. Emisję rozpoczęto zatem w przededniu wejścia Polski do Unii Europejskiej. Reżyseruje go Leszek Kumański, a prowadzi – Monika Richardson. Do każdego programu zapraszany jest gość specjalny, znany człowiek – gwiazda, obywatel świata, osoba ze sfery show-biznesu, sportu, polityki, kultury, mediów oraz obcokrajowcy mieszkający w Polsce, związani z naszym krajem i mówiący po polsku. Odcinki zorganizowane są wokół różnych tematów, hasła przewodniego.

„Europa da się lubić” zdobyła sobie bardzo dużą popularność wśród widzów. Według badań TNS OBOP wieczorne emisje (średnia z okresu 16 lutego 2003 – 03 kwietnia 2004) zgromadziły przed ekranem prawie 4 mln widzów. W roku 2004 średnia oglądalność programu była większa o ponad 1,5 mln niż w roku poprzednim. Jak podają te źródła, chętniej oglądają go kobiety niż mężczyźni, osoby z mniejszych miast (do 100 tys.), powyżej 45 roku życia oraz osoby z wykształceniem średnim i wyższym<sup>11</sup>. W 2005 roku jego popularność była największa. Wedle badań zrealizowanych dla tygodnika „Polityka” przez IPSOS był to najbardziej lubiany program rozrywkowy wśród programów podanych do wyboru, wskazało na niego 27% pytanych. W tym rankingu „Europa da się lubić” wyprzedziła m.in.: „Mamy Cię” (13%), „Spotkanie z balladą” (8%), „Kubę Wojewódzkiego” (8%), „Śmiechu warte” (7%), „Kabaret Olgi Lipińskiej” (6%)<sup>12</sup>. To właśnie w minionym roku oglądalność sięgnęła 5 mln widzów. „Europa da się lubić” stała się jednym z największych hitów telewizyjnej Dwójki. Natomiast w roku bieżącym oglądalność obniżyła się o milion widzów. Program najprawdopodobniej zniknie z ramówki. Gorsze wyniki oglądalności i zmęczenie widzów formułą podawane są jako argumenty za zakończeniem nadawania programu. Wedle Niny Terentiew *Nie ma już takiego zainteresowania Europą, jak przed akcesją Polski do Unii i tuż po niej*<sup>13</sup>.

Szukając odpowiedzi na pytanie, jak analizowany talk-show przygotowuje do egzystowania w zróżnicowanym kulturowo świecie, koncentruję się przede wszystkim na tym, w jaki sposób wspiera on, szczególnie istotny na tle zjawisk integracyjnych, proces poznawania i rozumienia Innych. Wiedza o Innych jest warunkiem powodzenia integracji. *Niezrozumienie i niedoinformowanie rodzi lęk, strach, frustrację i w takiej atmosferze społeczeństwo traci swobodę kreatywności i możliwości rozwoju*, pisze Jerzy Nikitorowicz<sup>14</sup>. Spotkania międzykulturowe to najważniejsze źródła wiedzy o Innych. A zatem, jaką wiedzę o nich kreuje program „Europa da się lubić”? Czy przysposabia on dzięki niej do kontaktów międzykulturowych wolnych od uprzedzeń i stereotypów?

<sup>11</sup> <http://www.tns-global.pl/2004-04>.

<sup>12</sup> K. Lubelska, *Śmiechu niewarte: rozrywka w TV*, „Polityka” 2005, nr 12.

<sup>13</sup> „Europa da się lubić” zniknie z wizji, <http://wirtualnemedial.pl>, 2006.04.21.

<sup>14</sup> J. Nikitorowicz, *Projektowanie edukacji międzykulturowej w perspektywie demokratyzacji i integracji europejskiej*, [w:] *Edukacja międzykulturowa w wymiarze instytucjonalnym*, red. J. Nikitorowicz, M. Sobiecki, Białystok 1999, s. 31.

Na czym polega tu osvajanie „Inności” kulturowej? Czy ów talk-show w jakiś sposób próbuje przyczynić się do przezwyciężania barier i uprzedzeń?

Próbując odkryć, jakiej wiedzy poszukuje się „gadając” w programie, analizowałam pytania zadawane przez prowadzącą. Wszak ona występuje tu w roli „poszukiwacza” wiedzy o Innych, osoby, która odkrywa przed widzami nieznanne (?) obszary, prowokuje sytuacje mające służyć wzajemnemu poznaniu (i polubieniu się). Pytania są wyznaczone ramą danego tematu. Zaś temat (dotyczący *spraw istotnych dla każdego Europejczyka*<sup>15</sup>) – przewodni wątek rozmowy – to pretekst do ujawnienia podobieństw i różnic kulturowych, wzajemnych nastawień i wyobrażeń o sobie i Innych. To pretekst do odnalezienia tego, co uczestników-przedstawicieli różnych narodów łączy, co jest wspólne i zbliża oraz do uwypuklenia tego, co odmienne, typowe dla danego narodu, inne, a w związku z tym ciekawe, interesujące, intrygujące, zaskakujące. Oto przykładowe tematy programów z ostatnich miesięcy: „Europa na stanowisku”, „Zdrastwuj Europo!”, „Vive la France!”, „Europa wigilijna”, „Europa Sylwestrowa”, „Europa na emeryturze”, „Europa @com”, „Europa fachowców”, „Guten Tag”, „Małżeństwo po europejsku”, „Europa w karnawale”, „Europa kontra Ameryka”, „Viva España!”, „Europa zakompleksiona”, „Bałkański kocioł”, „Wiosenna Europa”, „Europa na diecie”, „Europa wikingów”, „Europa na zasiłku”, „Europa uczciwa”, „Europa futbolowa”.

Osadzone w „europejskich” tematach pytania są standardowe i w prawie każdym odcinku skrojone wedle podobnego wzorca. Wyłoniłam wśród nich kilka najważniejszych grup.

Po pierwsze są to pytania wedle formuły: *Jak to jest w waszych krajach?/ Jacy wy jesteście?* Sytuują się one na płaszczyźnie ogólnej. Przykładowo: *Czym jest uczciwość w waszych krajach? Jakie są u was narodowe kompleksy? Co w waszych krajach oznacza kabaret? Czy w waszych krajach małżeństwo przeżywa kryzys? Jak obchodzicie Sylwestra w waszych krajach? Jakie sprawy codzienne załatwia się dziś w waszych krajach przy pomocy telefonu komórkowego, Internetu, komputera?* Pytania te stawiają cudzoziemca w pozycji eksperta, który zna wszelkie trendy i zjawiska w swoim kraju. Ukierunkowują one odpowiedź tak, aby uczestnik kreślił ujednolicony obraz typowego podejścia do danego zagadnienia, zachowania w określonych sytuacjach, powszechnie obowiązującego stanowiska. Czyli: typowy Niemiec uważa, że ...; Francuzi spędzają Sylwestra tak a tak... Małżeństwo dla typowego Fina znaczy..., We Włoszech na Boże Narodzenie wszyscy... Te pytania są także okazją do szkicowego zaprezentowania danego zjawiska i problemu – sposobu spędzania świąt, ochrony środowiska, systemu emerytalnego, technologii, systemu pomocy społecznej, kuchni narodowej itd. Nie dają jednak szansy na nakreślenie złożoności i zróżnicowania danej kwestii.

Drugi typ pytań mieści się w formule: *Jak to jest u nich?/ Jacy są oni?* Zorientowane są one na ujawnienie nastawień do Innych i wyobrażeń o nich, dotyczą także wzajemnych relacji i doświadczeń z Innymi. Chodzi więc o to, co Niemcy myślą

<sup>15</sup> <http://ww2.tvp.pl>

o Francuzach, jak Grecy oceniają Niemców, czego Włosi zazdroszczą Hiszpanom itd. Mieszczą się tu takie pytania, jak: *Czego inne narody mogą nauczyć się od Amerykanów? Jak Niemcy sprawdzają się jako sąsiedzi? Z czego mogą być dumni współcześni Francuzi, a czego powinni się wstydzić? Co jest absolutnie potrzebne Hiszpanowi do szczęścia? Po czym poznajecie prawdziwego Włocha?*

Trzecia grupa to pytania skonstruowane wedle wzorca: *Jak to jest w Polsce (u nas)?/ Jacy są Polacy(my)?* One skłaniają uczestników do porównań, do ujawniania znajomości Polaków, popisania się wiedzą o Polsce, o rodzimych zwyczajach, tradycjach. A więc chodzi o to, co myślą o nas Inni. Pytania te są pretekstem do przejrzenia się w oczach Innych. Np. *Jak porównujecie uczciwość waszych narodów i uczciwość Polaków? Czy waszym zdaniem Polacy mają kompleksy? Czego byście życzyli waszym rodakom i Polakom? Jak oceniacie polski kabaret? Jak Polacy się relaksują?*

Kolejny typ pytań można krótko nazwać: *Jak to jest u ciebie?/ Jaki ty jesteś?* Tu z kolei mamy do czynienia z przejściem na płaszczyznę prywatną. Uczestnik powinien ujawnić własne, osobiste zdanie, opowiedzieć o swoim nastawieniu do Internetu, francuskiej kuchni, o własnych doświadczeniach z przełożonymi czy o swoich kontaktach z Niemcami. W tej grupie przykładowe pytania to: *Jakiego szefa wolicie kobietę czy mężczyznę? Jakie wy macie kompleksy? Jakie były wasze osobiste sukcesy i porażki, marzenia, które spełniły się i nie spełniły w roku 2005? Jakie było wasze najzabawniejsze/ najdrastyczniejsze przeżycie z komputerem? Jakie są wasze osobiste kryteria uczciwości?*

Pytania są przygotowane z góry i dość przewidywalne. Raczej nie ma tu miejsca na kwestie spontanicznie wypływające z toku rozmowy, aczkolwiek i takie niekiedy się pojawiają (choć należy pamiętać że w talk-show spontaniczność jest wyreżyserowana). Służą one rozstrzygnięciu jakiegoś sporu, wyjaśnieniu znaczenia, a nie modyfikują istotnie wyznaczonego scenariuszem toku rozmowy. Trudno też uznać, że pogłębiają problem. Generalnie zaś wszystkie pytania w programie mają charakter powierzchowny, ogólny i luźny, nie są obligujące. Prowadząca nie draży tematu, nie koncentruje się na fragmentach wypowiedzi, ani nie zatrzymuje na nich po to, by wejść w problem głębiej, ujawnić jego złożoność i różnorodność czy niejednoznaczność. Jasne i nieskomplikowane pytania wymagają takich samych odpowiedzi. Poza tym formuła programu wyklucza poruszanie spraw trudnych, poważnych, kontrowersyjnych i niepokojących, choć niewątpliwie i takie są we współczesnej Europie obecne. Pytania sytuują rozmowę w bezpiecznym obszarze spraw wprawdzie bliskich każdemu, ale niewywołujących negatywnych emocji, niezagrażających pogodnej atmosferze programu.

Wypowiedzi uczestników, choć ujęte ramą pytań, mają charakter bardzo swobodny i niekiedy luźno związany z problemem. Formuła nakazuje, by były zabawne, w lekkim i dowcipnym tonie, mile widziane są żarty. Niekiedy wręcz powstaje wrażenie, że pytanie jest pretekstem do opowiedzenia wesołej historyjki. Wypowiedzi tym bardziej śmieszają, że mówione są w „kaleczonym” języku polskim, są okazją do ko-

micznych przejęczyzeń i pomyłek, zmagają z polskimi formami gramatycznymi oraz wymową. Rozmowa nie stanowi pola szokującego zderzenia kulturowego, wszystko potraktowane jest na luzie, w sposób łatwy, lekki i przyjemny, a nawet uproszczony, słowem w stylu pop. Pytań nie traktuje się zupełnie na poważnie, a więc i wypowiedzi nie muszą być serio. Tematów się nie draży, nie analizuje, tu się gada, papla, błaznuje, opowiada anegdoty, niezależnie od tego, czy tematem jest system emerytalny, europejskie kompleksy czy bałkański kocioł.

Zgodnie z założeniem programu obcokrajowcy prezentują w naturalnej (choć wyreżyserowanej) sytuacji rozmowy informacje o swoich krajach. Najczęściej jest to wiedza potoczna, na poziomie przewodnika turystycznego, zawierająca ciekawostki i opisy tego, co atrakcyjne, nawet w pewnym stopniu egzotyczne. W celu nadania informacjom większej wiarygodności stosowany jest niekiedy zabieg przytaczania statystyk i danych z badań: np. Monika Richardson: *Język niemiecki to język najpowszechniej używany w Europie [...]. Jest to język, którym włada aż 100 mln Europejczyków; Hiszpania to bardzo dynamicznie rozwijająca się gospodarka, 44 mln mieszkańców, trzecie co do wielkości państwo w Europie*. Banito Leon Alfonso: *Według badań Hiszpania jest drugim krajem w Europie, który najwięcej pracuje*. Steffen Möller: *W 2005 roku 300 mld euro utraciła niemiecka gospodarka z powodu pracy na czarno, 26% Niemców oszukuje przy podatkach*.

W sumie widz otrzymuje mozaikę rozmaitych wiadomości, ogólnikowych, i niespecjalnie spójnych czy logicznie uporządkowanych, przesyconych potocznymi wyobrażeniami i emocjami. Zestawione ze sobą wypowiedzi reprezentantów różnych krajów dają okazję do natychmiastowych porównań i przekomarzań, które intensyfikują chaos rozmowy, ale także wywołują wrażenie naturalnego, spontanicznego dyskursu.

Analizując obraz innych narodów kreślony przed widzem stwierdziłam, że całość opiera się na nieustannym odwoływaniu się do znanych stereotypów. Dowiadujemy się więc, że Rosjanin to dusza człowiek, serdeczny i otwarty, pije wódkę „stakanami”; że Anglik woli być uprzejmy i grzeczny niż szczery, przez co mógłby kogoś urazić; że Grek robi co chce i kiedy chce, więc nie obchodzą go zakazy; że Niemcy przestrzegają przepisów, wszystko planują (Teofilos Vasidis: *Niemiec już dziś planuje, gdzie pójdzie na obiad za trzy lata*), są zdyscyplinowani i punktualni, nie mają poczucia humoru i mają fatalną kuchnię; Finowie są prostolinijni i niezwykle uczciwi, bardzo przywiązani do najnowszych technologii; Włosi są leniwi (Paolo Cozza: *pracować nie lubię, mnie męczy, mnie nudzi, mam dwie lewe ręce; Uwielbiam pracę, kocham pracę, mogę siedzieć i patrzeć na pracę godzinami*), cenią tradycję, lubią dobrą kuchnię, są „macho”; że Hiszpanie są przystojni i mają powodzenie u kobiet, są bardzo rodzinni i lubią się bawić (Steve Terret: *Jak wygląda przeciętny Hiszpan? – pracuje dziesięć godzin – miesięcznie, śpi 10 godzin – codziennie, pije dwa litry wina i co godzinę śpiewa albo „La bamba” albo „Macarena”*); dla Francuzów kuchnia jest jak religia, są dumni ze swojej kultury, zadowoleni z siebie i brak im samokrytyki itd.

Można więc stwierdzić, że program jest źródłem wiedzy przesyconej stereotypami, które służą zabawie, z których widz się śmieje, choć nie zawsze wyśmiewa. Pojawia się zatem pytanie: Jak rozrywkowa formuła programu ma się do jego założonej idei?

### 3. Idea programu – uczyć (ale przede wszystkim bawić)

TVP na swoich stronach internetowych deklaruje, że „Europa da się lubić” to program rozrywkowy, którego ideą jest przybliżenie kultury i dnia codziennego Europy oraz jej mieszkańców<sup>16</sup>. Serfując po stronie Dwójki, można napotkać zaproszenie do programu, także zawierające jego założenia: *Dowiedz się więcej o Europie z pierwszej ręki! Zagraniczni goście opowiadają o swoich ojczyznach. Można tam również przeczytać: „Europa da się lubić” to program rozrywkowy, w którym spotykają się młodzi ludzie z różnych krajów Unii Europejskiej i w luźnej atmosferze rozmawiają o sprawach istotnych dla każdego Europejczyka: o tym, co nas łączy, a co dzieli, w czym jesteśmy do siebie podobni, a jakie różnice nas fascynują*<sup>17</sup>.

Monika Richardson przedstawia misję programu następująco: [...] *oswoić nas z codziennym życiem obcokrajowców, tych z Europy Zachodniej, którym zawsze trochę zazdrościliśmy i którym nigdy nie ufaliśmy. Pokazać, że to normalni ludzie, że nami nie gardzą, że nie chcą nas wykupić, że nie boją się nas, a nawet chcą uczyć się polskiego języka* [...]<sup>18</sup>.

Swoistym manifestem programu – oczywiście w stylu pop – jest piosenka rozpoczynająca i kończąca go, ale także przewijająca się w jego trakcie. Jej tekst do muzyki Ludwika von Beethovena „Do Elizy” napisał znany autor piosenek i kompozytor Jacek Cygan, a wykonuje ją popularny piosenkarz Krzysztof Krawczyk. Już pierwsze słowa zapowiadają, że my widzowie będziemy gościć u siebie dzięki programowi Europę – a właściwie Europejczyków, poznamy ją i polubimy: *Europo witaj nam /z nami siądz, zdejmij płaszcz./Europo witaj nam/ i się daj, lubić daj*. Krzysztof Krawczyk zapowiada, że chodzi o to, by się poznać, zbliżyć do siebie i wyzbyć poczucia obcości: *Niech to, że ktoś jest inny tak/nie znaczy, że jest obcy nam./Poznajmy się, to szansa, że/ dobrego coś wydarzy się*. Ów manifest głosi: witamy cię Europo, zapraszamy, jesteśmy otwarci i gościnni, chcemy cię poznać, jesteśmy ciekawi Inności, odmienności, spraw europejskich i mamy nadzieję, że integracja stanowi dla nas szansę. Emisję programu rozpoczęto kilka miesięcy przed referendum w sprawie wstąpienia Polski do Unii Europejskiej i rok przed akcesją, a więc zadanie budowania pozytywnego nastawienia do Europy i do integracji jest tu oczywiste.

Jak przystało zatem na program emitowany w telewizji publicznej talk-show „Europa da się lubić” deklaruje misję edukacyjną. Można ją ująć w kilku punktach:

<sup>16</sup> <http://www.telemagazyn.pl/program>, 2006.08.20.

<sup>17</sup> <http://ww2.tvp.pl>

<sup>18</sup> *Monika Richardson – jestem Europejką*, <http://farmacjaija.pl>, 05/2005.



- osvajanie z różnicami kulturowymi,
- rozbudzenie zainteresowania innymi kulturami,
- przekazywanie wiedzy na temat innych kultur,
- poszukiwanie wspólnej płaszczyzny porozumienia i podobieństw,
- budowanie pozytywnego nastawienia do integracji europejskiej.

Jednak mimo deklarowanych szczytnych celów i szlachetnej misji „Europa da się lubić” jest przede wszystkim programem rozrywkowym. W przeciwieństwie do formuły programu w Niemczech, gdzie akcent położony został na wymiar publicystyczny, polska telewizja publiczna zdecydowanie nadała mu charakter rozrywkowego spektaklu<sup>19</sup>. Spektakl kreuje atmosferę beztroskiej zabawy, w której najważniejszą rolę ogrywają narodowe stereotypy. Ale czy na tym kończy się ich rola stereotypów w omawianym talk-show?

#### 4. Stereotypy dają się lubić. Rola stereotypów w programie

Stereotyp w literaturze opisywany jest jako uproszczony, schematyczny obraz (reprezentacja) osób, grup społecznych, stosunków społecznych<sup>20</sup>. Wśród cech stereotypów wymienia się:

- poznawczy (ściśle apoznawczy) charakter, ubóstwo treści, nieweryfikowalność, uproszczenie,
- silne nasycenie afektem,
- subiektywną pewność co do poprawności treści reprezentacji, a zarazem nieadekwatność treści obrazu do rzeczywistości,
- trwałość, małą podatność na zmiany, sztywność,
- nadmierną generalizację, przekonanie, że egzemplarze objęte stereotypem są zasadniczo takie same,
- społeczne podzielenie<sup>21</sup>.

Współcześnie psychologia proponuje indywidualne podejście do stereotypów, czyli głosi, że mogą one istnieć w umysłach jednostek niezależnie od tego, w jakim stopniu są podzielane przez członków zbiorowości<sup>22</sup>. Mirosław Kofta i Aleksandra Jasińska-Kania piszą, że stereotypy

z jednej strony są elementami kultury zbiorowości, z drugiej zaś – składnikami indywidualnego wyposażenia psychologicznego jednostki: decydują one w istotnym stopniu o tym, jakie znaczenie nadaje ona działaniom innych ludzi (np. jakie intencje im przypisze, jakich cech cha-

<sup>19</sup> K. Lubelska, *Gwiazdy i gwizdy*, „Polityka” 2006, nr 16, s. 65.

<sup>20</sup> W. Łukaszewski, B. Weigl, *Stereotyp stereotypu czy prywatna koncepcja natury ludzkiej?*, [w:] *Stereotypy i uprzedzenia. Uwarunkowania psychologiczne i kulturowe*, red. M. Kofta, A. Jasińska-Kania, Warszawa 2001, s. 44.

<sup>21</sup> *Ibidem*, s. 45.

<sup>22</sup> M. Kofta, A. Jasińska-Kania, *Wstęp. Czy możliwy jest dialog między społeczno-kulturowym a psychologicznym podejściem do stereotypów?*, [w:] *Stereotypy i uprzedzenia...*, s. X.

rakteru się domyśli). Określona interpretacja zachowań innych wywiera z kolei istotny wpływ na relacje interpersonalne jednostki ze „swoimi” i z „obcymi”, decydując zarówno o samej chęci podtrzymania kontaktu, jak i o tym, w jakim stopniu człowiek zdolny jest do współczucia i pozytywnego działania na rzecz jednych i drugich<sup>23</sup>.

Stereotypy odgrywają rolę narzędzi poznania – wpływają na przebieg procesów uwagi, zapamiętywania informacji i wydobywania ich z pamięci; na procesy interpretowania zachowań innych, wyciągania wniosków na temat dyspozycji charakterologicznych, postaw i uzdolnień leżących u podłoża zachowań; pozwalają na szybkie, oszczędne, ale jednocześnie powierzchowne przetwarzanie informacji; znajdują się poza bezpośrednią podmiotową kontrolą (aktywizują się poniżej progu świadomej uwagi)<sup>24</sup>. Stereotypy są koniecznym warunkiem działania w świecie społecznym, pisze Ida Kurcz<sup>25</sup>. Stanowią one mechanizm przetwarzania informacji społecznych, pozwalający na szybkie i automatyczne dokonywanie ocen, podejmowanie, decyzji i działań w sferze stosunków międzyludzkich<sup>26</sup>. Stereotypy są sztywne i odporne na zmianę, ale ich zmiana jest możliwa w pewnych granicach i określonych warunkach<sup>27</sup>. Nie jest zaś możliwe ich wyeliminowanie, gdyż są niezbywalnym składnikiem ludzkiego systemu poznawczego<sup>28</sup>.

Należy podkreślić, że są to obrazy skrótowe i upraszczające rzeczywistość, co nie znaczy, że zawsze fałszywe. Dzieli się je na pozytywne i negatywne<sup>29</sup>.

Czemu służą stereotypy w programie „Europa da się lubić”? Czy są tylko punktem wyjścia dla żartów, osnową anegdot i pretekstem do przekomarzania się uczestników? Ta rola w programie rozrywkowym jest istotna, może nawet pierwszoplanowa. Ale śmianie się ze stereotypów i dawanie do zrozumienia, że zakłamują rzeczywistość, na pewno ich nie zlikwiduje, nawet ich modyfikacja przez taką strategię wydaje się mało prawdopodobna. W związku z tym nasuwa się teza, że program eksploatując stereotypy na każdym kroku, traktując je na wesoło, z przymrużeniem oka, pozwalając widzowi beztrudno się bawić przy ich pomocy, raczej może je utrwalać. Choć częstokroć w notatkach do programu, skrótach na stronach internetowych pojawiają się deklaracje typu *zweryfikujemy stereotyp Niemca*, trudno nie ulec wrażeniu, że jest on nieustannie umacniany, choćby przez rekwizyty często towarzyszące Steffenowi Möllerowi: bawarski kapelusz z piórkiem, niekiedy tzw. „Lederhosen”, czyli charakterystyczne bawarskie spodnie ze skóry. Wprawdzie jest w tym pewna prowokacja i przekora, tym bardziej, że osoba Steffena Möllera wyróżnia się zdecydowanie autoironicznym dystansem do swojego narodu i wyobrażeń na jego temat. Obawiam się

<sup>23</sup> *Ibidem*, s. XII.

<sup>24</sup> *Ibidem*, s. 13.

<sup>25</sup> I. Kurcz, *Zmiana stereotypów*, [w:] *Stereotypy i uprzedzenia...*, s. 8-9.

<sup>26</sup> *Ibidem*, s. 9.

<sup>27</sup> *Ibidem*, s. 9-22.

<sup>28</sup> *Ibidem*, s. 17.

<sup>29</sup> *Ibidem*, s. 5.

jednak, że intencje te nie zawsze są odczytane. W programie nie ma miejsca ani czasu na dekonstrukcję stereotypów na serio.

Nie znaczy to jednak, iż uważam, że zabawa, jaka odbywa się w tym talk-show, może jedynie utrwalać stereotypowe wyobrażenia o Innych, a sam program pod hasłami zbliżania i osławiania z Innością, wyłącznie przekazuje wiedzę o Innych potoczną, uproszczoną, przepełnioną schematami i kliszami, wobec czego trudno byłoby mówić o wspieraniu poznawania i rozumienia Innych. Nie uważam też, że pozostawia ludzi niezmiennych z ich sztywnymi schematami poznawczymi, utrwalonymi nastawieniami, skostniałymi przekonaniem, czy nawet uprzedzeniami – w każdym razie nie we wszystkich przypadkach tak być musi. Przypuszczam, że może być także inaczej. Dostrzegam bowiem pewne strategie, które odczytuję jako (intencjonalną?) próbę modyfikowania stereotypowych mniemań widza.

Badacze problemu uważają, że choć stereotypów nie można całkowicie zlikwidować, to można je zmieniać. Analizując opisywane w literaturze przedmiotu koncepcje zmiany stereotypów zauważyłam, że pewne proponowane przez nie sposoby modyfikowania stereotypów można odnaleźć w programie „Europa da się lubić”<sup>30</sup>.

Pierwsza koncepcja – kontaktu – proponuje doprowadzanie do częstych, bliskich kontaktów członków różnych grup społecznych i narodowościowych. Kontakty pozwalają na poznanie się, zgromadzenie informacji o Innych, które będą podważały stereotyp. Najefektywniejsze kontakty to te, które opierają się na współpracy, wzajemnej zależności w osiąganiu wspólnego celu. Wprawdzie w programie „Europa da się lubić” dominuje wiedza powierzchowna i banalna, lecz długotrwała emisja wytrwałemu i skrupulatnemu widzowi w pewnym stopniu dała okazję do wyłuskiwania i stopniowego gromadzenia rozmaitych informacji z różnych dziedzin życia Europejczyków. Choć akcentowany przez autorów koncepcji wymóg współpracy nie znajduje tu dosłownie zastosowania, to o wspólnym celu można mówić – jest nim integracja europejska.

Pozostałe koncepcje – dekategoriacji i rekategoriacji – opierają na założeniu manipulowania kategoriami. U ich podstaw leży teoria społecznej tożsamości, podkreślająca konieczność rozwoju u jednostki także tożsamości grupowej, przynależności do jakiegoś „My”.

Wedle koncepcji dekategoriacji zindywidualizowane kontakty między członkami grup rozmywają granice pomiędzy kategorią swoich i obcych, co prowadzi do zmiany stereotypu obcej grupy. Ten mechanizm odnajduję także w analizowanym talk-show. Spotkanie międzykulturowe, w którym uczestniczy widz, to spotkanie z pojedynczym człowiekiem: Steffenem Möllerem, Stevem Terretem, Dimitrijem Strelnikoffem, Conrado Moreno, Elisabeth Duda itd. Program bazuje na sytuacjach, które uświadamiają widzowi, że „Oni” właściwie są tacy jak „My”. Lubią się bawić, mają poczucie humoru, mają podobne problemy z komputerem, narzekają na podatki, żartują z teściowej, uwielbiają Boże Narodzenie i podobne.

<sup>30</sup> *Ibidem*, s. 14-16.

Koncepcja rekategoryzacji proponuje zaś tworzenie kategorii nadrzędnej, do której należą obie grupy i której cele obu grupom są wspólne. To mechanizm podstawowy dla „Europa da się lubić”, buduje on bowiem kategorię Europejczyków, do której należą i goście programu, i widzowie. Wspólnym celem jest dobro Europy. „My” szczególnie łatwo wyakcentować, przeciwstawiając mu „Oni”. Jeden z programów, a mianowicie „Europa kontra Ameryka”, wykorzystał ten zabieg szczególnie mocno. Cały odcinek opierał się na podziale na Europejczyków (My) i Amerykanów (Oni), na rywalizacji na osiągnięcia, bitwie na stereotypy i udowadnianiu Amerykanom (pierwszy raz w programie) wyższości Europejczyków. Rzecz jasna wszystko z przymrużeniem oka. Serio więc także nie można potraktować szlachetnego założenia odcinka ujawnionego na zakończenie programu przez Monikę Richardson: *No cóż, mam nadzieję, że dzięki naszemu spotkaniu ta odległość między Europą a Ameryką zmniejszyła się choć o milimetr*. Wątpliwe, żeby ten odcinek zbliżył Europejczyków i Amerykanów nawet o część milimetra, za to przypuszczalnie wobec tak jasno określonego Innego zbliżył do siebie samych Europejczyków.

Choć „Europa da się lubić” nie jest źródłem rzetelnej wiedzy o innych kulturach, a operując informacjami powierzchownymi, uproszczonymi, „łatwymi i przyjemnymi”, raczej nie przyczynia się do lepszego rozumienia ich cech-wartości, sposobów działania i myślenia, to jednak w pewien sposób przygotowuje do wielokulturowości. Zmianie stereotypowych nastawień służy tu nie tyle przekazywana wiedza, co atmosfera pozbawiona napięcia, lęku i frustracji<sup>31</sup>. Klimat zabawy, luzu i bez troski, który kreują sympatyczni, otwarci uczestnicy, sprzyja przyjemnemu spotkaniu z innością kulturową, pozytywnym nastawieniem wobec Innych, którzy częstokroć okazują się „tacy jak My”, stopniowemu rozmywaniu podziału na „swoich” i „obcych”, redukowaniu nieufności. Trudno uznać, że ten talk-show skłania do głębszej, poważnej refleksji nad różnicą kulturową i własną tożsamością, ale może rozbudzać i wzmacniać pozytywne uczucia i skojarzenia oraz zainteresowanie wobec przedstawicieli innych kultur. Wynikające z tego pozytywne, bardziej otwarte nastawienie może być dopiero pierwszym krokiem, wstępem do poznawania i rozumienia inności kulturowej.

---

<sup>31</sup> *Ibidem*, s. 16.

**POP STYLE INTERCULTURAL LEARNING,  
OR HOW THE POLISH TV SHOW „LIKEABLE EUROPE”  
– EDUCATES FOR MULTICULTURALISM**

Summary

From the perspective of the life-long education, the media and popular culture connected with them have become a learning space. The subject matter of this article is the analysis of the pop culture phenomenon, namely the talk-show „*Europa da się lubić*” (likeable Europe) from the point of view of its educational potential. While seeking the answer to the question – how the analyzed talk-show prepares for existence in a culturally diverse world – the author focuses, most of all, on the way in which the show supports the process of recognizing and understanding “the others”. On one hand, the talk-show proves to be a source of banal knowledge, saturated with stereotypes that are supposed to provide simple fun and entertainment. Since mocking the stereotypes and implying that they distort reality is not an effective way of eliminating nor yet modifying them, the obvious conclusion would be that the show strengthens those stereotypes. However, on the other hand, there are some strategies present in the show that can be treated as an attempt to modify the viewer’s stereotypical beliefs. Firstly, it is a strategy of interactions between members of different national groups, providing information about the others and challenging the stereotypes. Secondly, it is a strategy of melting the boundaries between “us” and “them”, and thirdly – of establishing a primary category, that is “We”, which includes both groups with their common goals.

Though the shows like the discussed one, do not encourage serious reflection on cultural differences and own identity, they can, to some extent, reinforce positive feelings, behaviors and interests towards cultural otherness. The resulting more open attitude could only be “the introduction” to recognizing and understanding cultural otherness.