

WIERNOŚĆ PRAWDZIE JAKO FUNDAMENT PRZEKAZU MEDIALNEGO W PERSPEKTYWIE NAUCZANIA PAPIEŻA BENEDYKTA XVI

ks. prof. AKP, dr hab. Mariusz Kuciński

*Akademia Kujawsko-Pomorska, Centrum Studiów Ratzingera
email: m.kucinski@akp.bydgoszcz.pl, <https://orcid.org/0000-0002-8147-9484>*

Streszczenie: Współczesna kultura charakteryzuje się coraz większym zaufaniem do rozwoju technicznego. Wielu autorów zwraca uwagę, że wraz z rozwojem technicznym nie idzie w parze rozwój formacji etycznej człowieka. Coraz częściej możemy zauważyć, że rozwój ten staje się zagrożeniem dla człowieka i dla świata. Artykuł ten pragnie szukać odpowiedzi na pytanie o to dokąd prowadzą drogi współczesnej komunikacji i czy możliwe jest znaleźć nowe drogi w naszej komunikacji codziennej, a także nowe drogi w organizowaniu komunikacji, które potrafią przezwyciężyć rodzące się zagrożenia.

Słowa kluczowe: Benedykt XVI, prawda, wolność, etyka, komunikacja, Kościół, media, odpowiedzialność.

Prawda i wolność są kluczowymi wartościami życia człowieka. Aby mówić o ich roli i znaczeniu w dziennikarstwie potrzeba na wstępnym etapie zadać sobie pytanie czym jest dziennikarska odpowiedzialność¹.

Na początku spróbujemy opisać same media. Podlegają one nieustannej transformacji. Patrząc na historię mediów jesteśmy w stanie wyróżnić pewne modele ich funkcjonowania. W przeszłości mieliśmy do czynienia z tradycyjnym modelem politycznym, w którym medium wiodącym była codzienna gazeta, a później także publiczne radio i telewizja. Mniej więcej w latach sześćdziesiątych sytuacja zaczęła się zmieniać. W nowym, dominującym modelu ekonomicznym głównym regulatorem systemu stały się media komercyjne, przede wszystkim telewizja. Na naszych oczach dokonuje się jednak kolejna transformacja. Coraz większą rolę zaczyna odgrywać telewizja kablowa, network TV, komputer sieciowy i platforma cyfrowa, a więc instrumenty, którymi będzie posługiwać się przyszły model kulturowy mediów. Przyczyną tych zmian są, owszem, zmiany kulturowe, ale przede

¹ M. Miller, *Dziennikarstwo według Jana Pawła II*, Warszawa 2008, s. 33 n, 217 n; J. Sochoń, *Mass media w czasach szczególnej odpowiedzialności*, [w:] Z. Kobylińska, R. Grabowski, *Dziennikarski etos. Z wybranych zagadnień deontologii dziennikarskiej*, Olsztyn 1996, s. 150-168.

wszystkim postęp technologiczny, który bardzo poważnie obniżył koszty produkcji i emisji programów. Po osiągnięciu pewnego pułapu koszty dalszego zwielokrotniania kanałów emisji stają się coraz niższe. Nie bez znaczenia są tu także przemiany ekonomiczne. Wiemy, że dzisiejszy rynek równoważy się od strony konsumpcji, a nie, jak jeszcze w latach pięćdziesiątych, od strony produkcji. Wyprodukowanie zapotrzebowania na dany towar jest dzisiaj ważniejsze niż wyprodukowanie samego towaru².

W dzisiejszych mediach jest tłoczno. Trudno się przebić. Jednocześnie w dzisiejszych mediach występuje zjawisko jakie obserwujemy na giełdach papierów wartościowych, tzn. zjawisko “reakcji łańcuchowej” albo “procesu lawinowego”. Jeśli ktoś odnosi sukces medialny, to staje się on także sukcesem społecznym, kulturowym, ekonomicznym, ponieważ zostaje natychmiast spotęgowany. Możemy zatem powiedzieć, że w pewnym sensie w mediach jeszcze bardziej wzrosła rola osoby, osobowości. Sukces pojedynczej osoby — już nie tylko producenta, kompanii, grupy interesów, ale pojedynczej osoby — może być dość łatwo wzmocniony i spotęgowany. Z drugiej strony, możemy powiedzieć, że punkt równowagi w relacji między nadawcą i odbiorcą przesunął się jeszcze bliżej podmiotu. Rola instytucji, regulacji prawnej, tradycji jest mniejsza. Rola podmiotu, a więc autora jako osoby i konsumenta jako osoby — wzrosła niepomierne. W pewnym sensie wszystkie te procesy można nazwać procesami niesłyszanie pozytywnymi. Przecież o to właśnie chodzi, żeby media były bardziej ludzkie i lepiej służyły człowiekowi. Skoro jednak wzrosła rola osoby, to na pewno zakres jej odpowiedzialności także się powiększył³.

Spróbujmy te przemiany w mediach jeszcze precyzyjnej. Przyszłość mediów nie jest przecież do końca jasna. Entuzjazm dla mediów cyfrowych trochę w tej chwili osłabł. Wydaje się, że to wszystko nie będzie się zmieniać tak bardzo ani tak szybko, jak się spodziewano jeszcze parę lat temu, niemniej pewne akcenty na pewno się przesuną. Jest to dla nas bardzo ważne, ponieważ jeśli chcemy rozpoznać sytuację etyczną to musimy dobrze rozpoznać miejsce, w którym się znajdujemy.

W tradycyjnym modelu politycznym, w którym medium wiodącym kiedyś była gazeta codzienna, struktura rynku miała charakter monopolu, oligopolu. Dzisiaj taka sytuacja już nie istnieje. W Polsce jeszcze trochę tak jest, ale w normalnych demokracjach już nie. W dominującym obecnie modelu ekonomicznym rynek mediów funkcjonuje na zasadach wolnej konkurencji, jest rynkiem z prawdziwego zdarzenia. Jaka będzie struktura rynku przyszłego modelu kulturowego? Nie wiadomo. Prawdopodobnie będzie to jakaś struktura mieszana, ale co do tej kwestii nie ma zgody.

W tradycyjnym modelu politycznym media były przekazicielem zależnym (zależały od instancji władzy lub grupy kapitałowej). W obecnym modelu ekonomicznym media są mniej lub bardziej samodzielne. W przyszłym modelu media najprawdopodobniej uzależnią się od odbiorcy. Stabilizacja rynku wymiany nastąpi od strony konsumenta, grup konsumentów.

2 D. McQuail, *Teoria komunikowania masowego*, PWN, Warszawa 2007, s. 148 -171.

3 Ibidem, s. 158-161.

Celem mediów w modelu tradycyjnym było umocnienie władzy w szerokim sensie tego słowa oraz afirmacja zastanej kultury. Media spełniały funkcję kulturalno-polityczną. W dominującym obecnie modelu ekonomicznym celem jest przede wszystkim pomnażanie kapitału. Co będzie celem przyszłego modelu mediów trudno jednoznacznie powiedzieć. Bardzo możliwe, że dominujący nurt przekazu jeszcze bardziej zbliży się w kierunku rozrywki lub po prostu międzyludzkiej komunikacji, natomiast czynnik ekonomiczny będzie dominować tylko w niektórych obszarach⁴.

Celem publicystycznym w tradycyjnym modelu mediów było informowanie i kształtowanie opinii publicznej. Możliwy był zatem pewien "paternalizm" mediów, a nawet pewna ich "arogancja". W modelu ekonomicznym celem publicystycznym jest integrowanie i relaksowanie widza. Media zaczęły "kłaniać się niskim gustom". Natomiast cel publicystyczny przyszłych mediów będzie jeszcze bardziej praktyczny. Będzie szło o spełnianie usług wobec pojedynczych osób. Bardzo możliwe, że paternalizm i kłanianie się niskim gustom będą do tego stopnia konkurować ze sobą, że pojawi się zjawisko samoregulacji.

W pierwszym modelu odbiorcą mediów było społeczeństwo, zwłaszcza społeczeństwo tego samego języka. W modelu obecnym odbiorcą jest konsument oraz "wierny widz", który silnie identyfikuje się z danym programem, autorem. W nowym modelu ta identyfikacja pod wieloma względami będzie silniejsza, z drugiej jednak strony, będzie zupełnie przypadkowa i nietrwała, ponieważ odbiorcą mediów będą "buszujący w sieci" (webcatchers).

Osiąganie celu medialnego w pierwszym modelu dokonywało się na podstawie katalogu pozytywnego (np. w myśl zasady: "chcemy przekonać, że nasza partia ma słuszość", lub "chcemy powiedzieć, że interes społeczny i narodowy wygląda tak a tak"). Katalog celów sformułowany był pozytywnie i regulacje prawne starły się go materialnie opisać. W Polsce kilka lat temu mieliśmy dyskusję na terminem "wartości chrześcijańskie" w ustawie o mediach. Katalog celów w ekonomicznym modelu mediów jest negatywny ("nie chcemy popierać przemocy, ideologii, nietolerancji", "nie chcemy mówić rzeczy niepopularnych"). O katalogu pozytywnym mówi się niechętnie. Regulacje prawne mają charakter wybitnie formalny. W przyszłym modelu wspólny katalog wartości najprawdopodobniej nie będzie istnieć, niewątpliwie jednak pojawi się wyraźna "konkurencja katalogów", przy czym nie będzie to konkurencja katalogów pozytywnych z negatywnymi, ale raczej konkurencja różnych katalogów tego samego typu. Regulacje prawne będą musiały to jakoś uwzględnić. Najprawdopodobniej ci uczestnicy wymiany medialnej, którzy będą posługiwać się wyrazistym katalogiem, będą w przyszłości funkcjonować w zupełnie inny sposób niż ci, którzy zrezygnują z jasnego katalogu. Bardzo możliwe też, że ci ostatni zostaną zepchnięci na margines⁵.

Regulatorem rynku wymiany medialnej w przeszłości było państwo. Dzisiaj możemy chyba mówić o zjawisku samoregulacji. W przyszłości samoregulacja także będzie możliwa, ale już nie dzięki konkurencji nadawców, lecz dzięki "konkuren-

4 T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe*, PWN, Warszawa 2005, s. 37-47.

5 Ibidem, s. 110-126.

cji konsumentów”. Silna niegdyś rola państwa dzisiaj znacznie osłabła. W przeszłości rola instancji państwowej powinna mieć charakter stymulujący i powinna dotyczyć przede wszystkim zapewnienia wysokich standardów edukacji medialnej. Jeśli przypomnimy sobie jak funkcjonowały wysokorozwinięte społeczeństwa starożytne, takie jak Ateny, oparte na kulturze języka mówionego (nie pisanego, lecz mówionego), to stwierdzimy, że cały proces edukacyjny podporządkowany był potrzebom tej kultury. Każdy z obywateli Aten mógł sprawować wszystkie funkcje w państwie, dlatego każdy z obywateli do aż do osiemnastego roku życia uczył się języka mówionego, jego retoryki, sztuki. Rozwój filozofii i innych nauk nie byłby możliwy, gdyby nie zapotrzebowanie na społecznie użyteczną argumentację. Jeżeli my dzisiaj uczymy się czytać i pisać, to jednak uczymy się zaledwie najprostszej gramatyki pisania i czytania. Ich retoryki już nie znamy. Ich sztuki tym bardziej nie. Tym mniej znamy retorykę języka mediów elektronicznych, ba nie znamy nawet ich gramatyki, najprostszych znaków. Czytamy je wyłącznie intuicyjnie. Wiemy tylko to, co ktoś chciał nam powiedzieć, ale już nie to, jak to powiedział i czy powiedział mądrze.

Gdyby podsumować powyższe rozróżnienia, które były próbą opisu rzeczywistości historycznej, to moglibyśmy chyba ustalić pewne uniwersalne funkcje mediów — “uniwersalne”, czyli niezależne od tego, jaki model mediów aktualnie dominuje. To wyliczenie funkcji może być do pewnego stopnia arbitralne, możemy być jednak przekonani, że każdy z uczestników wymiany medialnej podlega tym funkcjom. Wyróżniłbym zatem polityczne funkcje mediów. Chodzi tu o Politykę przez wielkie “P”, a więc tę bardziej podstawową, powszechną, obejmującą każdego z obywateli, dzięki której możliwa jest polityka przez małe “p”, tzn. życie polityczne opisane na pierwszych stronach gazet. Funkcje polityczne mediów to tworzenie opinii publicznej oraz artykułowanie interesu publicznego, ponadto informowanie o zjawiskach społecznych, kulturowych, kształcenie i uświadamianie problemów, a wreszcie kontrolowanie instytucji i organów władzy, również ich legitymowanie⁶.

Niewątpliwie media posiadają pewne stricte ekonomiczne funkcje obejmujące przepływ towarów i usług. Istnieją wreszcie kulturowe funkcje mediów: relaks, rozrywka, praktyczna pomoc, socjalizacja i integracja społeczna, edukacja, a nadto kreowanie kultury masowej i wysokiej.

Wielu autorów wymienia trzy rodzaje funkcji mediów, które mają charakter transcendentalny. Używam tu języka kantowskiego, ale mówiąc prościej chodzi o to, że każdy rodzaj przekazu medialnego pełni jakąś funkcję polityczną, ekonomiczną i kulturową, i to niezależnie od tego, czy jest to zamierzeniem autora tego przekazu, czy też nie. Problem etyczny polega na tym, żeby to, co transcendentalne, stawało się kategoriale nie bez świadomego i wolnego udziału wszystkich uczestników wymiany medialnej. Idzie zatem o to, żeby każdy uczestnik wymiany świadom był owej potrójnej funkcji danego przekazu, umiał ją zidentyfikować jako jej autor bądź odbiorca. Tylko bowiem wtedy, będzie wobec tego przekazu wolny. Oczywiście,

6 A. Lepa, *Mass media-niezależność czy odpowiedzialność?*, [w:] Z. Kobyliński, R. Grabowski, *Dziennikarski etos, LUX Mundi, Zamość 1996*, s. 103-117.

nie chodzi o pełną identyfikację każdego przekazu, ale przynajmniej o dostrzeganie możliwych odniesień, tzn. szans, ale i roszczeń, i zastrzeżeń. Bez takiej kategorialnej identyfikacji dochodzić może do zjawisk medialnych moralnie negatywnych.

W związku z tym pierwsze zadanie etyczne jakie stoi przed każdym z uczestników wymiany medialnej, w tym także przed dziennikarzem, to udzielenie sobie odpowiedzi na pytanie: kim jestem? jaki charakter ma moja praca, praca środowiska, w którym funkcjonuje? Nawet pojedynczy przekaz posiada zupełnie nieobliczalne oddziaływanie w zakresie tych trzech funkcji. Ilekroć jednak dochodzi do osobistej medytacji nad tym oddziaływaniem, do wspólnej rozmowy na ten temat, tylekroć można uniknąć wielkich błędów, albo przynajmniej te błędy szybko naprawić⁷.

Z tej perspektywy pytanie o prawdę i wolność w mediach wydaje się kluczowe zarówno dla dziennikarza jak i dla samych mediów. Od samego początku podkreślały to dokumenty Kościoła i nauczanie papieży. Kościół jednak idzie jeszcze dalej, uważa, że kluczowym zagadnieniem tej materii jest pytanie o człowieka.

Podczas Piątego Sympozjum Biskupów Europejskich, które zorganizowane zostało w 1982 roku, stwierdzono, że „Kościół aby zrealizować dzisiaj swoją misję w Europie, musi zrozumieć, że nie może być obcy dla Europejczyka, nie może czuć się niepotrzebny czy niemocny, aby rozwiązywać kryzysy i problemy Europy, ale w sobie samym niesie rozwiązania na trudności i przynosi nadzieję na jutro”⁸.

Za Papieżem Benedyktem XVI możemy powiedzieć, że komunikacja „jest bramą konstytutywną relacji międzyludzkich w świecie zglobalizowanym”⁹ jak czytamy w przesłaniu na 42 Dzień Środków Społecznego Przekazu.

Obecność mass mediów która jest tak oczywista i tak ewidentna, czasami nawet nachalna, pomaga nam zrozumieć lepiej ich znaczenie a jednocześnie ostrzega nas wszystkich, ludzie kultury, kapłanów i całe wspólnoty kościelne, że komunikacja społeczna bez wątpienia jest strategicznym obszarem przyszłości człowieka.

Można by powiedzieć, że w ten sposób dochodzimy do tak zwanego „obszaru strategicznego” przyszłości człowieka. Chciałbym doprecyzować, że nie jest tutaj mowa o przyszłości „człowieka masy” do którego ideologia marksistowska przyzwyczaiła dużą część Europy (i nie tylko Europy), ale mówimy o przyszłości człowieka pojmowanego jako „jednostka”, jako pojedyncza osoba, która jest czymś zupełnie innym i jest przeciwstawiona „człowiekowi masie” upowszechnionemu przez ideologię. Mówimy o człowieku do którego Bóg zwraca się po imieniu, o człowieku którego Bóg szuka i kocha od zawsze.

Tak więc jeśli jest prawdą, jak podkreśla Papież Benedykt XVI w swoim przesłaniu na Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu że „nie ma miejsca w doświadczeniu człowieka, które jest wyłączonego od mass mediów, szczególnie jeśli weźmiemy pod uwagę szeroki fenomen globalizacji, w którym media nie stałyby się częścią konstytutywną relacji międzyludzkich i procesów społecznych, ekono-

7 W. Niewęgłowski, *Dziennikarz-nosiciel integralnej wizji człowieka i świata*, [w:] Z. Kobyliński, R. Grabowski, *Dziennikarski etos*, op. cit., s. 29-40.

8 *I Vescovi europei e la nova evangelizzazione*, Centro Ambrosiano – Piemme, 1999.

9 Benedykt XVI, *Szukanie prawdy by się nią dzielić* n 2, Orędzie na 42 Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu 2008, <http://www.edycja.org.pl/content.php?ContentId=31pl> [19.11.2015].

micznych, politycznych i religijnych”¹⁰, tym bardziej prawdą jest, że tym o którym mówimy, którego przyszłość rozważamy w odniesieniu do zaproponowanego tematu jest właśnie człowiek.

Można powiedzieć jeszcze jaśniej, mówimy tutaj o człowieku przedstawionym i opisanym przez Psalm 8, który wyraża nie tylko wiarę narodu żydowskiego i wiarę chrześcijan, ale jest on również elokwentną i bardzo pogłębioną refleksją filozoficzną w każdym czasie.

Jeśli można byłoby jeszcze raz wysłuchać w zadziwieniu i z zachwytem opisu człowieka uczynionego przez ten psalm „czym jest człowiek, że o nim pamiętasz, i czym syn człowieczy, że się nim zajmujesz? Uczyniłeś go niewiele mniejszym od aniołów, chwałą i czią go uwieńczyłeś. Obdarzyłeś go władzą nad dziełami rąk Twoich; złożyłeś wszystko pod jego stopy”¹¹, aż do momentu w którym opis ten staje się modlitwą. Poruszył on tak bardzo myśli papież Pawła VI, że zapragnął on aby taki obraz człowieka został przekazany astronautom, którzy jako pierwsi postawili nogę na księżycu, aby pozostawili ślad takiego właśnie człowieka. Opis ten sprawia, że rodzi się w nas naglące pytanie dotyczące kwestii antropologicznej o której już wspomnieliśmy. W epoce otwarcie niezainteresowanej filozofią i ontologią musimy otwarcie, w prawdzie stawiać pytanie „kim jest człowiek”.

Przed wszystkim pytanie to należ stawiać dzisiaj, ponieważ ta wielkość człowieka opisana i wywyższona przez psalmistę, dzisiaj zostaje poddana pod sito mediów i staje się łatwym towarem wymiennym.

Dzisiaj każdy człowiek, czy tego chce czy nie, staje przed obrazem w którym mass media ukazują, że jest on tym, który zachwyca swoją wielkością jak to opisują strony biblijne, a jednocześnie właśnie ten człowiek dzisiaj musi liczyć się z tym co nazywamy „wiadomościami”. Może zdarzyć się – i bywa tak bardzo często na oczach wszystkich – że wiadomości codzienne przedstawiają obraz człowieka bardzo zredukowany, człowieka dręczonego i zdręczającego innych, bez litość dla jego ograniczeń i defektów, które są tak jak grzechy. Bywa że wiadomości w gazetach, w telewizji, w radio czy w Internecie nie potrafią (a czasami nawet nie chcą) ukazać szerszy obraz człowieka, obraz bogaty w miłosierdzie z jakim Bóg patrzy na człowieka. Bywa również dzisiaj coraz częściej, że mass media ukazują człowieka w sposób bezlitosny i stronniczy.

Trzeba więc zapytać się, dlaczego mass media są tak bezlitosne dla człowieka. Potrzeba również pytać się uwzględniając wszelkie zasady naukowe, dlaczego może wydawać się, że mass media nie kochają człowieka, albo przynajmniej rozpo-wszeczniają jego fałszywy obraz, zredukowany, jako człowieka zepsutego.

Potrzeba więc postawić sobie pytanie które znajduje się również w Kompendium Nauki Społecznej Kościoła (n 415), mówiące, że kwestią podstawową odnoszącą się do aktualnego systemu informacyjnego jest to czy pomaga on człowiekowi stawać się naprawdę lepszym, bardziej dojrzałym duchowo, bardziej świadomym swojej godności ludzkiej, bardziej odpowiedzialnym, bardziej otwartym na innych, w spo-

¹⁰ Ibidem, n. 3.

¹¹ *Psalm 8, 5-7*, Tłumaczenia za Biblia Tysiąclecia, Pallotinum, Poznań 2009.

sób szczególnie na potrzebujących i słabych, które to pytanie staje się dzisiaj dla nas, dla świata nauki i dla Kościoła pytaniem podstawowym.

Właśnie na to pytanie pragnie dać odpowiedź Ojciec św. gdy w swoim Orędziu pisze, że „również do mediów odnosi się to, co napisałem w Encyklice *Spe salvi* na temat dwuznaczności postępu, który daje niespotykane dotąd możliwości dobra, a jednocześnie otwiera przepastne możliwości zła, jakie wcześniej nie istniały”¹². Trzeba zatem zadać sobie pytanie, czy rozsądne jest pozwalanie, by narzędzia społecznego przekazu służyły bezwzględnej walce o wiodącą rolę bądź znalazły się w rękach tych, którzy ich używają do manipulowania sumieniami. Czy nie należałoby raczej starać się o to, by służyły osobie i wspólnemu dobru, sprzyjając «formacji etycznej człowieka (...), wzrastaniu człowieka wewnętrznego»¹³.

Powracamy więc do kwestii antropologicznej. Papież czyni to poprzez odniesienie do numeru 22 Encykliki *Spe salvi*. W rzeczywistości potrzeba by wziąć do ręki cały tekst wspomnianej Encykliki, aby zdawać sobie sprawę z szerokiego kontekstu kulturowego, w którym papież umieszcza swoją wypowiedź. Dzisiaj wydaje się oczywiste, jak podkreśla papież, że jest konieczna autokrytyka czasów współczesnych w dialogu z chrześcijaństwem i z jego koncepcją nadziei. Właśnie w *Spe salvi*, od numeru 16 do 23, Benedykt XVI prezentuje szerszy obraz swojej refleksji, która mogłaby i powinna pomóc w autokrytyce świata współczesnego a nie tylko samego Kościoła. Taka autokrytyka uczyniona w dialogu z współczesną kulturą nie została jeszcze w pełni przeprowadzona – przynajmniej mnie się tak wydaje – gdy mówimy o „kwestii antropologicznej”, która powinna odnosić się do każdej dyskusji na temat mediów.

Precyzując ten problem w numerze 18 papież pisze: „centralne miejsce w idei postępu zajmują dwie kategorie: rozum i wolność” i dodaje później jeśli „postęp jest przede wszystkim postępek we wzroście panowania rozumu” ... „wolność jest pojmowana wyłącznie jako obietnica, w której człowiek realizuje się ku swej pełni”¹⁴.

Można by powiedzieć, że Benedykt XVI pomaga nam lepiej zrozumieć, że musimy podejmować rozważania nad człowiekiem, pragnąc zrozumieć kim jest człowiek. Potrzebujemy być czujni wobec obrazu człowieka, który zbudowany jest na ideologii, która jako rozwiązanie w sposób nieunikniony i dramatyczny daje nam ta samą ideologię.

Możemy posłużyć się tutaj stwierdzeniem jednego z wybitnych teologów włoskich, który dzisiaj jest również Biskupem, musimy być świadomi, że „współczesny rozum domaga się pragnienia całości, która czyni go gwałtownym i absolutnym”¹⁵.

Z tego właśnie powodu Benedykt XVI w swoim Orędziu ostrzega z wielką jasnością, że niestety aktualne jest niebezpieczeństwo, iż mass media zostaną przekształcone w systemy pragnące podporządkować człowieka logice podporządkowanej interesom grupy dominującej.

12 Benedykt XVI, *Spe salvi*, n. 22.

13 Ibidem.

14 Ibidem, n. 18.

15 B. Forte, *Teologia della storia*, Edizioni Paoline, 1991, s. 32.

Wydaje się, że w ten sposób lepiej zostało ukazane, że musimy poważnie wziąć pod uwagę, że te słowa Ojca św. nie chcą potępiać mediów ale są refleksjami ofiarowanymi ludziom nie tylko pracującym w mediach, aby one nie były używane aby „stwarzać” wydarzenia. W dzisiejszych czasach przekaz wydaje się aspirować nie tylko do przedstawiania rzeczywistości, ale do wpływania na nią dzięki swej władzy i sile sugestii. Można zaobserwować na przykład, że w przypadku pewnych wydarzeń media są wykorzystywane nie po to, by we właściwy sposób informować, lecz by „kreować”. Z tej odnowionej samoświadomości, rozległości i delikatności tej nowej sytuacji, rodzi się w sposób nieunikniony konieczność informacji etycznej. Zaprasza do tego sam Benedykt XVI proponując nowy termin, który jednak nie został w sposób natychmiastowy zauważony przez komentatorów Jego Orędzia. Terminem tym jest info-etyka¹⁶, który w sposób bezpośredni i skuteczny ukazuje istotę nowego problemu.

W innych słowach można by powiedzieć, że papież ukazuje w sposób oczywisty dla nas wszystkich, że jedynie poprzez poważną refleksję antropologiczną, poprzez poszukiwanie prawdy na temat kim jest człowiek możemy w sposób pełniejszy podjąć rozmowę na temat etyki.

Bardzo szeroko zagadnienie to omówione jest w tekście opublikowanym przez Papieską Radę ds. Środków Społecznego Przekazu w roku 2000 Wielkiego Jubileuszu zatytułowanym „Etyka w Internecie”¹⁷.

Podkreślając, że w centrum trudnej pracy dziennikarskiej jest człowiek, wolny od jakiegokolwiek ideologii, chciano zauważyć, że zawsze ważna jest podstawowa zasada moralna: osoba ludzka i cała ludzkość są celem ostatecznym i miarą używania środków społecznego przekazu.

Papież w Orędziu na Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu, w sposób pełniejszy pragnął wyjaśnić przed chwilą cytowany fragment dokumentu Papieskiej Rady pisząc: „kiedy przekaz zostaje oderwany od zasad etycznych i wymyka się kontroli społecznej, przestają się dla niego liczyć centralne miejsce i nienaruszalna godność człowieka, a z tym łączy się niebezpieczeństwo, że będzie wywierać negatywny wpływ na jego sumienie, na jego wybory, a w ostatecznym rozrachunku warunkować wolność i samo życie osób. Dlatego właśnie jest konieczne, by przekaz społeczny zazdrośnie strzegł osoby i w pełni szanował jej godność”¹⁸.

Można by pomyśleć, że chodzi tutaj o krytykę świata mediów i społeczeństwa, które one przedstawiają. W rzeczywistości Benedykt XVI próbuje spojrzeć z pogłębioną refleksją, tak jak to zwykł czynić podczas początku swojego pontyfikatu, dokąd doszedł świat mediów i jakim przeobrażeniom został poddany. Pragnie on zapytać, z właściwą sobie stanowczością ale jednocześnie z postawą przyjacielską, dlaczego media preferują prawie w sposób wyłączny przeciwstawianie się, konflikt czy skandal. Dlaczego, pyta dalej papież, media coraz rzadziej pozostawiają jakiś fakt w jego całości, prawdę w jej kompleksowości, rzeczywistość w swojej całości?

16 Benedykt XVI, *Szukanie prawdy...*, op. cit., n. 4.

17 *Etica nelle comunicazioni sociali*, Vaticano 2000, *Etyka w Internecie*, [w:] J. Kloch, Internet i Kościół, Warszawa 2011, s. 46-63.

18 Benedykt XVI, *Szukanie prawdy...*, op. cit., n. 3.

Przedstawione refleksje ułatwiają podejście do kwestii etycznej, by nie utrzymywać, że rewolucja informacyjna używa mediów aby oszalać. Jeśli na początku mówiło się o ich roli mediów, o tyle dzisiaj już nie dyskutuje się o tym, a wręcz mówi się o ich konieczności. Właśnie w takim kontekście, potrzeba zauważyć, że w kwestii etycznej potrzeba jeszcze wiele pracy, że jest to zadanie skierowane do wszystkich w każdym środowisku Kościoła i społeczeństwa. Zachęca nas do tego w sposób delikatny ale i bardzo stanowczy dokument o którym już mówiliśmy, który na początku został z wielkim entuzjazmem przyjęty, ale później równie szybko prawie zapomniany. Chodzi o *Kompendium Nauki Społecznej Kościoła*¹⁹. Czytamy w nim, że rodzice, rodziny i Kościół są powołani do odpowiedzialności w sposób precyzyjny i nieodwołalny. Natomiast tym, którzy pracują w sektorze komunikacji społecznej papież przypomina upomnienie Pawła „dlatego odrzuciwszy kłamstwo, niech każdy z was mówi prawdę do bliźniego, bo jesteście nawzajem dla siebie członkami”²⁰.

Można dać kilka przykładów tego mówienia prawdy bliźniemu. papież nie boi się przytoczyć kilku przykładów nawet jeśli pojawi się krytyka. W tekście tego przesłania przypomina on, że kto nawet w sposób nieświadomy prześladowuje instytucję rodzinną, sprawia, że pokój staje się bardziej kruchy w całej ludzkości, pokój narodowy i międzynarodowy, ponieważ osłabia w rzeczywistości podstawową komórkę pokoju. Analizując kulturę współczesną z jej trudnościami, jako doświadczony naukowiec, ostrzega przed zbyt dużym zaufaniem technicyzacji: jeśli wraz z rozwojem technicznym nie idzie w parze rozwój formacji etycznej człowieka, we wzroście człowieka wewnętrznego²¹ w takiej sytuacji nie jest to rozwój ale zagrożenie dla człowieka i dla świata²².

Pytamy się dzisiaj dokąd prowadzą odkryte drogi współczesnej komunikacji i pytamy się, czy możliwe jest znaleźć nowe drogi w naszej komunikacji codziennej, a także nowe drogi w organizowaniu komunikacji. Rozważania te pragną wskazać, że aby komunikacja stała się na nowo prawdziwa, człowiek musi być postawiony w centrum w jego prawdzie o nim samym. Z tego miejsca z bezstronnej miłości do człowieka może narodzić się odpowiedź etyczna, która odpowiada na prawdę o człowieku, o świecie i o Bogu.

Kończąc warto byłoby przypomnieć sobie słowa przygotowane przez papieża do studentów i wykładowców Uniwersytetu Rzymskiego La Sapienza, słowa których niestety nie mogły zostać wypowiedziane, ponieważ mała grupa (ok. 50 osób) przeciwstawiła się pragnieniu słuchania papieża przez ok. 5 000 studentów i wykładowców. To co Papież chciał powiedzieć 17 stycznia 2006 r., z większą mocą mówi dzisiaj do nas: „wrażliwość na prawdę bywa podporządkowana wrażliwości na interesy. Wydaje mi się znaczące to co mówi Habermas gdy mówi o wrażliwości na prawdę jako o elemencie koniecznym w procesie argumentacji politycznej, wprowadzając na nowo koncepcję prawdy do debaty filozoficznej i politycznej”²³.

19 *Kompendium Nauki Społecznej Kościoła*, n. 562.

20 Ef 4, 25.

21 Ef 3, 16, 2; Kor 4, 16.

22 Benedykt XVI, *Szukanie prawdy...*, op. cit., n. 5.

23 Benedetto XVI, *Non vengo ad imporre la fede ma a sollecitare il coraggio per la verità*, s. 27, LEV 2008.

Bibliografia

- Benedetto XVI, *Non vengo ad imporre la fede ma a sollecitare il coraggio per la verità*, Vaticano 2008.
- Benedykt XVI, *Spe salvi*, Kraków 2007.
- Blumler J. G., Gurevitch M., *The Crisis of Public Communication*, Routledge, London — New York 1995.
- Bucher H. J., Klingler W., Schröter Ch., *Radiotrends. Formate. Konzepte und Analysen*. Südwestfunk Schriftenreihe Medienforschung, Band 1, Baden-Baden 1995.
- *Die schweizerische Medien* — “Landschaft” im Überblick, [w:] Werner A. Maier, Michael Schanne, *Media-Landscape Switzerland, Pro Helvetica*, Zürich 1995.
- *Etica nelle comunicazioni sociali*, Vaticano 2000.
- Falzone S., *Le verità del giornalismo*, Caltanissetta 2009.
- Forte B., *Teologia della storia*, Edizioni Paoline 1991.
- Goban-Klas T. *Media i komunikowanie masowe*, PWN, Warszawa 2005.
- *I Vescovi europei e la nova evangelizzazione*, Centro Ambrosiano – Piemme, 1999.
- Kloch J., *Internet i Kościół*, Warszawa 2011.
- Kobylińska Z., Grabowski R., *Dziennikarski etos. Z wybranych zagadnień deontologii dziennikarskiej*, Olsztyn 1996.
- *Kompendium Nauki Społecznej Kościoła*, Kielce 2005.
- Kozłowska A., *Oddziaływanie mass mediów*, Warszawa 2006.
- Luchsinger K., Schanne M., *Es kommen alle gerne ins Radio, Schlussbericht “Lokalradioszene Schweiz: Integration durch Partizipation?”*, Zürich 1988.
- McQuail D., *Teoria komunikowania masowego*, PWN, Warszawa 2007.
- Schanne M., *Lokaler Hörfunk. Erfahrungen aus der Schweiz*, [w:] “Medienpolitik”, *Landeszentrale für politische Bildung*, Baden-Württemberg. Red. Hans-Georg Wehling, Stuttgart, Berlin, Köln, Mainz 1987.
- Schanne M., Matter R., *Auswahl und Inszenierung von Themen zur öffentlichen Kommunikation*, [w:] Schanne M., Schulz P., *Journalismus in der Schweiz. Fakten, Überlegungen, Möglichkeiten*, Schriften zur Medienpraxis, Medienausbildungszentrum Luzern, Band 10, Aarau 1993.
- *The People's Voice. Local Radio and Television in Europe*. Edited by Nick Jankowski, London 1992.
- Vincent J., Duminuco SJ, *Niektóre wyzwania dla wychowania chrześcijańskiego na progu nadchodzącego tysiąclecia*, “Przegląd Powszechny. Wokół Współczesności — Kultura i media 1”, Katolickie Biuro Informacji i Inicjatyw Europejskich OCIFE oraz Wyd. Fund. ATK, Warszawa 1995.
- Werner A. M., Bonfadelli H., Schanne M., *Medienlandschaft im Umbruch. Vom öffentlichen Kulturgut Rundfunk zur elektronischen Kioskware*. Nationales Forschungsprogramm 21. Kulturelle Vielfalt und nationale Identität, Basel 1993.
- Werner A. Meier, *Media w czasach przełomu: standardy demokratyczne w mediach a społeczeństwo obywatelskie*, “Biuletyn OCIFE” 1997, vol. 3.

FIDELITY TO THE TRUTH AS THE FOUNDATION OF MEDIA COVERAGE IN THE PERSPECTIVE OF THE TEACHING OF POPE BENEDICT XVI

Summary: Modern culture is characterized by increasing trust in technical development. Many authors point out that technological development does not go hand in hand with the development of human ethical formation. More and more often we can see that this development is becoming a threat to humans and the world. This article seeks to answer the question about where the paths of modern communication lead and whether it is possible to find new paths in our everyday communication, as well as new paths in organizing communication that can overcome emerging threats.

Key words: Benedict XVI, truth, freedom, ethics, communication, Church, media, responsibility.