

ZNACZENIE ŚRODKÓW KOMUNIKACJI SPOŁECZNEJ W OCENIE TEOLOGII KATOLICKIEJ

Współczesny świat to epoka medialna. To stwierdzenie oznacza, że istotnym czynnikiem kształtującym dzisiejszą cywilizację są środki masowego przekazu, zwane też środkami komunikacji społecznej, bądź „masmediami”. Od początku dziejów ludzkości różne cywilizacje odczuwały i odkrywały ważną potrzebę szybkiej komunikacji, aby móc przekazać ważne informacje (np. rysunki na skalach w jaskiniach, murzyńskie „Tam-tamy”, indiańskie „znaki dymne”, pismo [od hieroglifów po alfabet łaciński], listy, dyliżanse pocztowe, latarnie morskie, alfabet Morse’a, telegraf itp.). Otrzymanie odpowiedniej informacji decydowało o ważnych sprawach społecznych, nawet „być, albo nie być” jakiegoś plemienia, narodu.

Środki komunikacji zatem posiadają ogromne znaczenie oraz stanowią i stanowią istotne oddziaływanie na człowieka, zarówno w wymiarze konkretnej jednostki jak również w odniesieniu do określonego narodu, czy społeczności międzynarodowej. Wyrazem tego jest powiedzenie, że masmedia są „czwartą władzą” społeczną, natomiast coraz mocniej lansuje się określenie, że tak naprawdę, to one stają się **Pierwszą Władzą** w dobie dzisiejszych relacji społecznych. Wpływ mediów jest tak silny, że nie ma dziś dziedziny życia, która mogłaby się obejść bez środków informacji. Obecnie każdy rząd, wszystkie partie, stowarzyszenia, każde miasto, gmina, zakony, parafie, kluby sportowe, przedsiębiorstwa, sklepy, sieci handlowe, wojsko, policja, szkoły posiadają własny system informacyjny (strony internetowe, czasopisma). Środki przekazu osiągnęły ponadto znaczenie nie tylko jako główne narzędzie informacyjne, ale też jako czynnik formacyjny. Są przewodnikiem i natchnieniem w zachowaniach indywidualnych, rodzinnych i społecznych. Warunkują i kształtują wzrastanie nowych pokoleń. Dlatego jest faktem, że współczesny człowiek „nie ucieknie” od mediów, musi się z nimi oswoić, aby stały się one narzędziem posłusznym mu w rozwoju osobistym, społecznym, cywilizacyjnym.

1. Określenie istoty mediów społecznych, ich roli i zadań.

Czym zatem są środki masowego przekazu, jakie są ich rodzaje i jakie zadania winny spełniać? W omówieniu tego zagadnienia nie sposób pominąć ważnego dokumentu Papieskiej Rady ds. Środków Społecznego Przekazu pt. *Etyka w środkach społecznego przekazu* z 4 czerwca 2000r., gdzie czytamy: „Trudno przecenić wpływ środków społecznego przekazu. To przy ich udziale ludzie stykają się z innymi ludźmi i z wydarzeniami, kształtują swoje poglądy i wartości. Nie tylko przekazują i przyjmują informacje i idee za pośrednictwem tych narzędzi, ale często postrzegają samo swoje życie jako doświadczenie medialne (por. *Aetatis novae*, 2) [podkr. autora]. Postęp techniki sprawia, że środki przekazu w szybkim tempie coraz bardziej się rozpowszechniają i stają się coraz potężniejsze. «Powstanie społeczeństwa informatycznego to prawdziwa rewolucja kulturowa» (Papieska Rada ds. Kultury, *O duszpasterskie spojrzenie na kulturę*, 9); jest też możliwe, że imponujące wynalazki XX w. były jedynie wstępem do tego, co przyniesie nowe stulecie. Zasięg i różnorodność mediów, do jakich mają dostęp ludzie w krajach zamożnych, już dziś budzi zdumienie: książki i czasopisma, telewizja i radio, filmy, kasety wideo i magnetofonowe, płyty CD, elektroniczne formy przekazu rozpowszechniane za pośrednictwem fal radiowych, systemów kablowych, satelitów i Internetu (telefony komórkowe, radiostacje). Ten szeroki nurt niesie z sobą treści sięgające od informacji w ścisłym sensie po programy rozrywkowe, od modlitwy po pomogografię, od kontemplacji po przemoc. Zależnie od tego, jak ludzie korzystają z mediów, mogą kształtować w sobie postawy solidarności i współczucia albo zamykać się w narcystycznym, pozbawionym zewnętrznych odniesień świecie, poddając się bodźcom o niemal narkotycznym oddziaływaniu. Nawet ci, którzy stronią od mediów, nie mogą uniknąć kontaktu z tymi, którzy pozostają pod ich głębokim wpływem” (p. 2). Dzięki mediom (zwłaszcza telewizji) informacje o tym, co się dzieje w świecie, można uzyskać na bieżąco, co więcej, można w nich uczestniczyć z wielkim stopniem zaangażowania. Media umożliwiają dostęp do sztuki na wysokim poziomie: teatru, filmu, muzyki. Obrazy przesyłane na odległość pozwalają na oglądanie miejsc, których inaczej nigdy nie mogłoby się zobaczyć, a obrazy przedstawiające wydarzenia losowe, jak np. klęski żywiołowe, wywołują współczucie i pomoc na dużą skalę.

Istotą mediów publicznych jest **komunikacja**, czyli [wg Wł. Kopalińskiego] „technika transportu i łączności; szlaki, środki łączności; przekazywanie wiadomości, myśli; cybernetyczna technika przenoszenia informacji”. Słowo komunikacja ma zatem bardzo bogate i pozytywne znaczenie (z łac. *communicare*: dzielić [coś z kimś], brać udział [w czymś]). Sprzyja nawiązywaniu relacji, zachęca do osobowej obecności, nakazuje się dzielić tym, co jednoczy, tworzy wspólnotę, tworzy *bonum commune* (dobro wspólne). Na tej podstawie można pokusić się

o następującą definicję mediów publicznych: są to wszelkie środki techniczne i elektroniczne, wynalezione i wykorzystywane przez człowieka w celu przekazywania informacji o rzeczywistości otaczającego świata, służące tworzeniu i budowaniu relacji interpersonalnych, z uwzględnieniem dobra wspólnego obejmującego tak pojedyncze osoby ludzkie, jak i całe społeczeństwa.

Z tej definicji wynika, że masmedia są narzędziem, zależnym i sterowanym przez człowieka, że są bardzo potrzebne dla poznawania realiów otaczającego nas świata i mają służyć dobru człowieka. Z tej definicji, konsekwentnie należy ukazać zadania i cele środków społecznego przekazu. Wyżej wymieniony dokument Papieskiej Rady stwierdza wyraźnie, że „media są powołane, by służyć ludzkiej godności, pomagając ludziom dobrze żyć i uczestniczyć jako osoby w życiu społeczności. Media czynią to, gdy skłaniają ludzi do uświadomienia sobie własnej godności, wrażliwości na innych, kultywowania postawy wzajemnej odpowiedzialności i kształtowania w sobie osobistej wolności, szacunku dla wolności innych i zdolności do dialogu. Środki społecznego przekazu mają ogromną zdolność wspomaganie człowieka w dążeniu do szczęścia i do realizacji samego siebie” (p. 6).

Warto zatem wskazać, jak korzystne skutki oddziaływania mediów ma miejsce właśnie w sferze ekonomii, polityki, kultury, oświaty i religii.

Ekonomia. Media odgrywają nieodzowną rolę w gospodarce rynkowej. Środki przekazu wspomagają działalność gospodarczą i handel, pozwalają pobudzać wzrost gospodarczy, podnosić zatrudnienie i zamożność społeczeństwa, skłaniają do podnoszenia jakości istniejących towarów i usług oraz do tworzenia nowych, stymulują odpowiedzialną konkurencję, która służy interesowi publicznemu, i pozwalają ludziom dokonywać przemyślanych wyborów, gdyż informują ich o możliwości nabycia określonych wyrobów i o ich zaletach. Mówiąc krótko, złożony system gospodarki krajowej i międzynarodowej nie mógłby dziś funkcjonować bez mediów. Likwidacja mediów doprowadziłaby do załamania podstawowych struktur gospodarczych, przynosząc ogromne szkody niezliczonym ludziom i społeczeństwu.

Polityka. Środki przekazu przynoszą korzyść społeczeństwu ułatwiając świadomy udział obywateli w życiu politycznym. Są niezbędne we współczesnych społeczeństwach demokratycznych. Dostarczają informacji o problemach i wydarzeniach społecznych, o osobach sprawujących urzędy i kandydujących na stanowiska publiczne. Pozwalają rządzącym porozumiewać się ze społeczeństwem w pilnych sprawach szybko i bezpośrednio. Są ważnymi narzędziami kontroli publicznej, gdyż ujawniają przypadki niekompetencji, korupcji czy nadużycia zaufania, a zarazem wskazują przykłady kompetencji, działania w interesie publicznym i sumiennosci.

Kultura. Nie ulega wątpliwości, że środki społecznego przekazu pozwalają ludziom obcować z literaturą, dramatem, muzyką i sztuką, które w znacznej części pozostawałyby dla nich niedostępne; w ten sposób wspomagają rozwój

człowieka w takich dziedzinach, jak wiedza, kultura i piękno. Chodzi tu nie tylko o prezentacje klasycznych dzieł sztuki i dorobku nauki, ale także o zdrowe formy popularnej rozrywki, informacje praktyczne, które gromadzą rodziny, pomagają ludziom rozwiązywać codzienne problemy, podnoszą na duchu chorych, ludzi żyjących w odosobnieniu i starszych, łagodzą monotonię życia. Media pozwalają też społecznościom etnicznym kultywować i celebrować swoje tradycje kulturowe, dzielić je z innymi i przekazywać następnym pokoleniom. Wprowadzają zwłaszcza dzieci i młodzież w dziedzictwo kulturowe.

Oświata. Media są ważnymi narzędziami oświaty, od szkoły po miejsce pracy, i na różnych etapach życia kształtują wiedzę nowych pokoleń. Dzieci przedszkolne uczące się podstaw czytania i matematyki, młodzi próbujący zdobyć wykształcenie zawodowe lub akademickie, osoby starsze starające się poszerzyć swą wiedzę w późniejszych latach życia – wszyscy oni i wielu innych mają dostęp dzięki mediom do bogatego i nieustannie rosnącego wyboru źródeł wiedzy. Media są powszechnie stosowanymi narzędziami nauczania w wielu szkołach, zaś poza murami szkół środki przekazu, w tym także internet, pokonują bariery odległości i izolacji, otwierając dostęp do wiedzy mieszkańcom wsi na niedostępnych obszarach, ludziom zmuszonym do przebywania w domu, więźniom i wielu innym.

Religia. Religijność wielu ludzi bardzo się wzbogaca dzięki mediom, które są źródłem wiadomości i informacji o wydarzeniach, ideach i osobistościach z życia religijnego oraz służą jako narzędzia ewangelizacji i katechezy. Dzień po dniu dostarczają inspiracji, niosą otuchę i stwarzają sposobności do modlitwy ludziom zmuszonym do pozostawania w domach lub w instytucjach publicznych. Istnieją też pewne szczególne sytuacje, w których media przyczyniają się do duchowego wzbogacenia ludzi. Na przykład ogromne rzesze telewidzów na całym świecie w pewnym sensie uczestniczą w ważnych wydarzeniach z życia Kościoła, regularnie transmitowanych z Rzymu za pośrednictwem satelitów. Na przestrzeni lat media przekazywały też niezliczonym milionom odbiorców słowa Ojca Świętego i obrazy jego apostołskich podróży po świecie.

We wszystkich tych dziedzinach: ekonomicznej, politycznej, kulturowej, edukacyjnej i religijnej a także w innych, media są i mogą być narzędziem budowania i umacniania ludzkiej społeczności. W istocie rzeczy wszelki przekaz społeczny powinien służyć wspólnocie między ludźmi. Dlatego powinnością wszystkich stron uczestniczących w procesie przekazu społecznego jest włączyć się w dialog o społeczny status mediów i podporządkować się prawdzie o tym, co winno być w nich dobre. W taki sposób media mogą spełnić swój obowiązek «głoszenia prawdy o życiu, o ludzkiej godności, o prawdziwym znaczeniu naszej wolności i wzajemnej zależności» (Jan Paweł II, *Orędzie na XXXIII Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu 1999 r.*). W praktyce dokonuje się to przez oddziaływanie na życie ludzkie w następujących płaszczyznach:

- informacyjnej – informują o bardzo wielu sytuacjach i wydarzeniach, przez co ludzie wiele dowiadują się i posiadają określoną świadomość o tym, co się dzieje w świecie
- edukacyjnej – przekazują i popularyzują obszerną wiedzę naukową, gospodarczą, społeczną
- opiniotwórczej – kształtują opinię publiczną w różnych dziedzinach życia, przekazują treści etyczne
- rozrywkowej – łatwy dostęp do kultury, różnych form rekreacji, zabawy.

Stosunek Kościoła do środków społecznego przekazu jest zasadniczo pozytywny i przychylny. Kościół nie przyjmuje postawy kogoś, kto jedynie osądza i potępia; raczej uważa te narzędzia nie tylko za wytwory ludzkiego geniuszu, ale także za wspaniałe dary Boże i prawdziwe znaki czasów (por. *Inter mirifica*, 1; *Evangelii nuntiandi*, 45; *Redemptoris missio*, 37). Pragnie wspierać tych, którzy pracują zawodowo w środkach przekazu, i w tym celu formułuje pozytywne zasady mające pomagać im w pracy, a zarazem stara się rozwijać dialog, w którym mogą uczestniczyć wszystkie zainteresowane strony. Media bowiem niczego nie robią samorzutnie, są instrumentami, narzędziami stosowanymi tak, jak ludzie chcą je stosować. Dlatego potrzeba nieustannej refleksji nad środkami społecznego przekazu, a zwłaszcza należy uczciwie odpowiedzieć sobie na «najistotniejsze pytania», jakie stawia dzisiejszy postęp techniki: czy w jego rezultacie człowiek «staje się lepszy, duchowo dojrzały, bardziej świadomy godności swego człowieczeństwa, bardziej odpowiedzialny, bardziej otwarty na drugich, zwłaszcza dla potrzebujących, dla słabszych, bardziej gotowy świadczyć i nieść pomoc wszystkim» (Jan Paweł II, *Redemptor hominis*, 15). Należy wyjść z założenia, że większość ludzi odgrywających jakąkolwiek rolę w przekazywaniu społecznym to jednostki rzetelne, pragnące postępować właściwie. Urzędnicy publiczni, osoby kształtujące decyzje polityczne i kierujące przedsiębiorstwami starają się działać w interesie publicznym, tak jak go rozumieją. Czytelnicy, słuchacze i widzowie chcą dobrze wykorzystywać swój czas dla osobistego wzrostu i rozwoju, aby dzięki temu ich życie było szczęśliwsze i bardziej twórcze. Rodzice troszczą się o to, aby treści przenikające do ich domów za pośrednictwem mediów służyły dobru ich dzieci. Większość zawodowych pracowników środków przekazu pragnie wykorzystywać swoje talenty w służbie ludzkiej rodziny i niepokoi się narastającymi naciskami ekonomicznymi i ideologicznymi, które prowadzą do obniżenia obowiązujących standardów etycznych w wielu sektorach środków przekazu.

Wszyscy ci ludzie dokonują niezliczonych wyborów dotyczących środków przekazu. Ich treść jest różna dla poszczególnych grup i jednostek, ale wszystkie te wybory mają swój ciężar etyczny i podlegają ocenie moralnej. Aby poprawnie wybrać, dokonujący wyborów muszą «znać zasady porządku moralnego i ściśle je wcielać w życie» (por. *Inter mirifica*, 4). Kościół wnosi w tę debatę

wiele elementów. Wnosi długą tradycję mądrości moralnej, zakorzenionej w Bożym objawieniu i refleksji ludzkiej (por. Jan Paweł II, *Fides et ratio*, 36–48). Jej częścią jest znaczny i wciąż rosnący dorobek nauki społecznej, stanowiącej przez swoje teologiczne ukierunkowanie silną przeciwwagę dla «rozwiązania «ateistycznego», które pozbawia człowieka jednego z jego podstawowych wymiarów, mianowicie wymiaru duchowego, [a także dla] rozwiązań permissywnych i konsumistycznych, które różnymi argumentami próbują przekonać o wolności i niezależności od wszelkiego prawa i od Boga» (Jan Paweł II, *Centesimus annus*, 55). Tradycyjna nauka Kościoła nie ma być jedynie instancją osądzającą, ale raczej pragnie służyć mediom. Dlatego «kultura mądrości właściwa Kościołowi może uchronić medialną kulturę informacji przed staniem się jedynie bezsensownym gromadzeniem faktów» (Jan Paweł II, *Orędzie na XXXIII Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu*, 1999 r.).

2. Najważniejsze zagrożenia medialne

Pozytywna wartość mediów, jako narzędzi cywilizacyjnych, spotyka się niestety z poważnymi zagrożeniami, jakie rodzą się wskutek niewłaściwego sterowania lub korzystania z tych narzędzi. Ks. prof. Balter stwierdza, że istotna trudność w posługiwaniu się mediami polega na tym, że środki te są nieomal wszechobecne, dostępne na każdym kroku, niekontrolowalne... Są podobne do zapalek, które w ręku dziecka, przecież nie do końca mającego świadomość, co może z nimi zrobić, mogą stawać się zarzewiem wielkiego pożaru, niszczącego otoczenie, dom, wreszcie nawet boleśnie zranić, a nawet zabić samo dziecko. Nieumiejętne podejście osób dorosłych, bez dystansu i roztropności, a brak wychowania dzieci i młodzieży do racjonalnego korzystania z mediów powoduje poważne kryzysy osobowościowe, rodzinne, społeczne. Zamiast służyć dobru człowieka, stają się one powolną, ale konsekwentną „techniczną trucizną”. Bez etycznego formowania człowieka w zakresie środków społecznego przekazu (a w każdej dziedzinie potrzeba moralności) człowiek zagubi się i nie odnajdzie dobra i prawdy w nich, lecz podda się ich manipulacji, tzn. tych, którzy przez te środki będą chcieli osiągnąć określone cele: gospodarcze, ekonomiczne, polityczne, obyczajowe.

Wyliczono, że statystyczny obywatel nowoczesnego państwa poświęca masowym mediom około 3–5 godzin dziennie. Inaczej mówiąc konsumowanie oferty prasy, radia, telewizji, komputera, Internetu zajmuje trzecią pozycję w ramowym planie czasowym dnia (po śnie i pracy-naucze). Tak długi kontakt z mediami musi pozostawić jakiś ślad w osobowości i zachowaniu odbiorców tej oferty zwłaszcza ludzi młodych, jeszcze nieukształtowanych. A jeżeli czas ten jest jeszcze dłuższy, to można zacząć mówić o patologii medialnej, czyli chorobie, nałogu, psychicznej niezdolności do życia we wspólnocie.

Jeśli chodzi o wpływ treści przekazywanej przez środki komunikacji społecznej, to zdania są podzielone. Na pewno należy odrzucić dwie skrajne tezy, 1° że środki te „bezpośrednio wpływają na człowieka i determinująco kształtują jego osobowość” 2° że wpływ mediów na człowieka jest niewielki, marginalny, gdyż zawsze może on wybierać i w swojej wolności decydować, jakie treści kształtują jego osobowość. Prawda jak zawsze jest pośrodku. Oznacza to, że między mediami a odbiorcami dokonuje się swego rodzaju **stała negocjacja znaczeń i wartości**. W zależności od dojrzałości człowieka i jego wrażliwości w czasie tego negocjacyjnego oddziaływania media kreują pewną rzeczywistość, a człowiek zawsze się do tego jakoś ustosunkowuje, albo to aprobuje, albo neguje, bądź ogląda coś z przyjemnością, bądź coś go denerwuje. Są też przekazy obojętne, ale i tak one nie są bez znaczenia. Nawet jeśli jakiś program nie narzuci odbiorcy określonego poglądu na jakąś sprawę, to zawsze może skutecznie zablokować dopływ takich informacji, które byłyby sprzeczne z prezentowanym poglądem, bądź pokazywałyby go z innej strony. A przez uporczywe powtarzanie określonych treści mogą niejednokrotnie zacząć rodzić się wątpliwości, znudzenie i w konsekwencji pytanie: a może to prawda? W myśl powiedzenia: kłamcie, a zawsze coś z tego pozostanie. Nie można zapomnieć, że w ludzkiej psychice istnieje tzw. podświadomość, która rejestruje wiele bodźców poza świadomością, a następnie bodźce te odzywiają się w różnych sytuacjach i okolicznościach. Zwłaszcza u dzieci, rzeczywistość techniczno-medialna jest dla nich abstrakcyjna, ale zarazem zaborcza. Potrafi zawładnąć ich czasem, zdeorganizować życie, podporządkować inne czynności, ale także rozbudzać rozmaite pragnienia i chęć posiadania różnych rzeczy i dóbr, pozostawiając na uboczu inne wartości ludzkiego trudu i poświęcenia. Niebezpieczeństwa tego rodzaju dotyczą małych odbiorców, ponieważ nie potrafią samodzielnie wybierać, wartościować i oceniać przekazywanych im informacji.

Chyba najprostszym przykładem w zakresie oddziaływania mediów na człowieka są reklamy. Czyż firmy wydawałyby ciężkie setki tysięcy złotych na reklamy, gdyby one rzeczywiście nie oddziaływały na odbiorcę? Byłoby to czystą głupotą! A funkcjonowanie reklam jest bardzo proste: krótkie, nie przegadane, sugestywne, „ubrane” na pozór w banalne hasła i dialogi scenki wchodzą bardzo łatwo do ludzkiej pamięci na długi okres czasu. Oczywiście, że reklamowanie czegoś nie jest od razu czymś niemoralnym, choć czasem mogą być tu stosowane techniki niemoralne, manipulacyjne. Pozytywnym skutkiem reklam jest na pewno ich charakter informacyjny, zachęcający do nowych możliwości. Niemniej jednak reklama może uzależniać, wypaczać zachowania i dobre obyczaje poprzez lansowanie często swobodnego czy rozrzutnego stylu życia ograniczającego się konsumpcjonizmu.

Innym zagrożeniem mediów na człowieka jest manipulacja opinią publiczną. Często posługują się one tzw. półprawdą (co to tak naprawdę znaczy?!) albo

jeszcze gorzej: podają nieprawdę jako prawdę, powołując się na tzw. „autorytet życia publicznego”. Przykładem manipulacji są audycje, które wprowadzają w błąd opinię ludzką przez odpowiednie wyreżyserowanie akcji i położenie akcentów uczuciowych na sytuację sprzeczną z obiektywną moralnością. Przykładem tego mogą być programy, w których o moralnej kwalifikacji czynu jednostki decyduje publika, a nie obiektywne normy moralne. Manipulacją jest niekiedy tworzenie programów, które na początku miały służyć dobrej sprawie, ale potem nastąpiło obniżenie poziomu dla osiągnięcia sensacyjności.

Konsekwencją tego są ostrzeżenia wielu socjologów i psychologów, że media poprzez manipulację:

- przedstawiają odbiorcy nieprawdziwy obraz rzeczywistości, wyselekcjonowany, cząstkowy, często wypaczony, tendencyjny;
- preferują „czarny” obraz rzeczywistości – z dominacją zła nad dobrem: ludzkich słabości i grzechów nad cnotami i zaletami;
- kreują na idolów i bohaterów osoby preferujące anty-wartości wychowawcze, prezentując ich nihilizm moralny, inne „seksualne zorientowanie” oraz nastawienie na *mieć – używać*, a nie *być*;
- podkopują uświęcony tradycją chrześcijańską i zakotwiczony w kulturze europejskiej fundament życia społecznego: małżeństwo i rodzinę;
- prowadzą do marnotrawstwa czasu na niebywałą skalę.

Kończąc omawianie zagrożeń medialnych należy jeszcze omówić problematykę uzależnienia się od komputera. Jest ona związana z komputeryzacją większości dziedzin życia. Problem dotyczy również uzależnienia od internetu, od programowania, gier komputerowych czy uzależnienia hakerskiego. Komputer traktuje się głównie jako rozrywkę i formę odpoczynku. Zabawa komputerowa i „wędrowanie” po internecie zdominowały inne formy zainteresowań i sposoby spędzania wolnego czasu. Zatriumfowała „komputeromania”, której wpływ zwłaszcza na młode pokolenie jest niepokojący, bo często bardzo negatywny.

Obok szybkiego przepływu informacji, dostępności danych, w internecie pojawiają się elementy takie, jak: pornografia, niekontrolowane treści obyczajowe stron internetowych, atrakcyjne strony sekt, seanse internetowe o destrukcyjnych treściach. Coraz częściej w rodzinach spotyka się sytuacje, kiedy kilkunastoletnie dzieci chcąc poszukać wiadomości na jakiś temat, nie czują już potrzeby pytania rodziców, bowiem siadają do komputera i łączą się z internetem, w którym mogą znaleźć wszystko. Niestety, w logice komputerowej, która łatwo wciąga i zachwyca, nie ma miejsca na dobro i zło. Podstawową miarą rzeczywistości komputerowej jest skuteczność działania. Komputerowi jest obojętne, czy konkretne sprawne działanie ma służyć celom dobrym, czy też złym. Coraz częstsze wrażenie wystarczalności kontaktu z komputerem ułatwia przejście przez człowieka postawy działania kierującej się nadrzędną zasadą «logiki skuteczności» oraz «myślenia bezetycznego».

Podobnie niebezpieczne dla zdrowia psychicznego człowieka, zwłaszcza młodego, są gry komputerowe. Większość gier oparta jest na prymitywnej „zabawie” w strzelanie i zabijanie. Ich powszechność sprawia, że niemożliwa jest pełna kontrola ich funkcjonowania, a one ukazują świat w sposób niezwykle zróżnicowany, lansując beztróskę, przemoc bądź okrucieństwo. W grach bardzo szkodliwy, lecz ogromnie rozpowszechniony jest akcent brutalności i okrucieństwa. Są to propozycje z gatunku «bij-zabij», oferowane niezależnie od klasy sprzętu. Realizm przedstawianych na ekranie obrazów i dokładność unicestwiania – przeciwników zależy od klasy wyposażenia sprzętu. Wśród gier przeważają programy zawierające najczęściej elementy okrucieństwa i przemocy.

Wpływ gier na postawy i zachowania dzieci i młodzieży zaznacza się przede wszystkim w sferze zachowań zewnętrznych. Wielość scen agresji wyrabia przekonanie o powszechności agresji oraz powoduje utratę wrażliwości na ból, cierpienie czy przemoc. Sceny takie, przedstawione z obojętnością, ułatwiają naśladowanie agresywnych zachowań. Polskie badania nad oddziaływaniem gier komputerowych prowadzone są od kilku lat w Katedrze Psychologii Wychowawczej i Rodziny KUL. Badania te pokazują, że chłopcy (12–14 lat) korzystający z gier, które angażują gracza w akty przemocy, byli bardziej impulsywni w działaniu, nastawieni na podporządkowanie sobie innych, wykazywali większą koncentrację na sobie i swoich potrzebach (egocentryzm) oraz niższy poziom empatii niż chłopcy, którzy zupełnie nie bawili się grami komputerowymi. Inne badania pokazały, iż chłopcy zajmujący się grami komputerowymi mają poważnie trudności w kontaktach społecznych – są bardziej narcystyczni i obojętni na drugiego człowieka, nastawieni bardziej na rywalizację niż współdziałanie z innymi. Chłopcy ci również częściej mają trudności w nawiązywaniu i podtrzymywaniu bliskich relacji emocjonalnych w swojej rodzinie, co więcej, prezentują wyraźne cechy wyizolowania się z życia rodzinnego.

Zmiany w osobowości pod wpływem gier komputerowych mogą mieć charakter trwały. Osoby, które w dzieciństwie zajmowały się grami zawierającymi przemoc, jako ludzie dorośli częściej przejawiają postawy agresywne wobec innych, zwłaszcza w sytuacjach konfliktowych, i częściej wchodzi w konflikt z prawem. Wskazuje się zatem, że zabawa grami komputerowymi zawierającymi przemoc może wpływać na kształtowanie się zaburzeń zachowania pod postacią wyraźnie antyspołecznych i agresywnych zachowań.

Oddziaływanie gier jest o wiele silniejsze niż oddziaływanie przemocy oglądanej w telewizji. Jest to spowodowane tym, że podczas zabawy użytkownik aktywnie uczestniczy w grze komputerowej. Gracz nie tylko ogląda przemoc, ale przede wszystkim sam jej wirtualnie dokonuje na ekranie komputera kierując bohaterem, z którym się utożsamia. Samodzielnie podejmuje decyzję o formach tej przemocy i doborze środków. Wskutek wielokrotnego powtarzania aktów agresji i destrukcji następuje odwrócenie i znieczulenie na kwestię własnej

śmierci. Kiedy gracz zabija w ten sam sposób po raz tysięczny, staje się to dla niego obojętne emocjonalnie, ponieważ przyzwyczyił się do takich działań i są one konieczną umiejętnością potrzebną do przeżycia w brutalnym świecie gier komputerowych. Co gorsze w świecie gier komputerowych nie umiera się – zawsze można się „zresetować” i zabijać na nowo lub na nowo być uśmiercanym. Dlatego uzależnienie od gier komputerowych porównuje się do innych uzależnień ze względu na istnienie wielu podobieństw. Gry komputerowe określa się czasem w literaturze jako „elektroniczne LSD”, czyli elektroniczny narkotyk.

3. Podstawowe zasady etyczne w odniesieniu do środków masowego przekazu

Tak ukazany świat mediów, zarówno od swej pozytywnej, jak i negatywnej strony wymaga poważnej troski ludzi odpowiedzialnych za wychowanie młodych pokoleń oraz za kształtowanie życia społecznego i kulturowego ludzi dorosłych. Troska ta wyraża się w wypracowaniu ważnych zasad etycznych w zakresie środków i technik medialnych. Nawet dla rozumnych ludzi dobrej woli nie zawsze jest jasne, jak należy stosować zasady i normy etyczne w konkretnych przypadkach. Potrzebna jest ciągła refleksja, dyskusja i dialog pracowników mediów, etyków i moralistów, odbiorców przekazu i innych, których te sprawy dotyczą. Owocem tej refleksji, na obecnym etapie, są następujące zasady etyczno-medialne:

a) Przekaz społeczny **musi być prawdziwy**, ponieważ prawda jest istotnym warunkiem indywidualnej wolności i autentycznej wspólnoty między ludźmi. Miarę prawdy przykładać należy nie tylko do treści przekazu (komunikatu) i do samego procesu przekazu (tzn. do sposobu, w jaki dokonuje się komunikacja), ale również do skutków związanych często z rozległymi kwestiami politycznymi, ekonomicznymi, społecznymi i kulturowymi.

b) Celem i miarą stosowania środków społecznego przekazu jest **ludzka osoba i społeczność**; komunikacja powinna przebiegać od osoby do osoby i służyć integralnemu rozwojowi osób. Każdemu należy dać możliwość wzrostu i rozwoju, który pozwala uzyskać pełen zakres dóbr fizycznych, intelektualnych, emocjonalnych, moralnych i duchowych.

c) Dobro osób nie może być urzeczywistnione w oderwaniu od wspólnego dobra społeczności, do której należą. Osoby pracujące w środkach przekazu i kształtujące ich politykę **muszą służyć** rzeczywistym potrzebom i interesom zarówno jednostek, jak i grup, na wszystkich płaszczyznach i we wszystkich dziedzinach.

d) Istotnym **obowiązkiem moralnym mediów** jest dostrzeganie potrzeb i interesów tych, którzy są szczególnie bezbronni: ubogich, starszych i nie narodzonych, dzieci i młodzieży, uciśnionych i zepchniętych na margines, chorych

i niepełnosprawnych, a także rodzin i społeczności religijnych. Niejednokrotnie media ponoszą część winy za utrzymywanie się takich przejawów zła, jak ubóstwo, analfabetyzm, represje polityczne i łamanie praw człowieka, konflikty między różnymi ugrupowaniami i religiami, niszczenie tubylczych kultur.

e) Podstawowym postulatem powinno być zawsze **popieranie wolności słowa**, ponieważ „gdy ludzie zaspokajają naturalną skłonność do wymiany poglądów i wyrażania swoich opinii, nie tylko korzystają z należnego im prawa, ale spełniają także określoną powinność społeczną” (*Communio et progressio*, 45). Jednakże z etycznego punktu widzenia postulat ten nie jest normą absolutną i niepodważalną. Istnieją przypadki takie jak oszczerstwo i pomówienie, treści podsycające nienawiść i konflikty między jednostkami i grupami, treści nieprzyzwoite i pornografia, obrazy wynaturzonej przemocy, gdy nie może być mowy o żadnym prawie do komunikacji. Jest też oczywiste, że wolność słowa powinna być zawsze podporządkowana takim zasadom, jak prawda, uczciwość i poszanowanie prywatności.

f) Zawodowi pracownicy środków przekazu **powinni czynnie uczestniczyć w kształtowaniu i wprowadzaniu w życie kodeksu etycznego** postępowania w swoim zawodzie, współpracując z przedstawicielami władz publicznych. Również instytucje religijne i inne grupy powinny brać udział w tym nieustannym procesie.

g) Istotna zasada to **obiektywność i równy dostęp do przekazu społecznego**. Na wszystkich poziomach udział w mediach powinien być zorganizowany i systematyczny oraz dobrze odzwierciedlać interesy wszystkich stron, a nie faworyzować określonych grup. Ta zasada znajduje dobre zastosowanie zwłaszcza w wymiarze lokalnym. Miejskowe media winny ukazywać środowisko lokalnego życia, jego problemy gospodarcze i społeczne, uznane przykłady osób ze społeczności lokalnej, historię poszczególnych rejonów, gmin, miast, dobre tradycje, zwyczaje itp.

h) W trosce o formację społeczeństwa środki przekazu muszą „**starać się porozumiewać z ludźmi**, a nie tylko mówić do nich. Oznacza to, że powinny poznawać potrzeby ludzi, rozumieć ich dążenia i we wszystkich formach komunikacji okazywać delikatność, jakiej wymaga ludzka godność” (Jan Paweł II, *Przemówienie do specjalistów w dziedzinie środków przekazu*, Los Angeles, 15 września 1987 r.).

i) Decyzje dotyczące treści przekazywanych przez media oraz polityki w tej dziedzinie nie powinny być kształtowane wyłącznie przez czynniki rynkowe i ekonomiczne, czyli przez zysk. Nie może być dobre tylko to, co się dobrze sprzedaje i ma największą oglądalność. Środki społecznego przekazu **muszą pozostać forum wymiany idei i informacji**, gromadzącym jednostki i grupy, sprzyjającym solidarności i pokojowi.

j) Internet budzi niepokój z powodu jego radykalnie nowych konsekwencji, takich jak utrata samostnej wartości poszczególnych informacji, uniformizacja

i monotonia przekazywanych treści, zredukowanych do czystej informacji, co wpływa na osłabienie relacji międzyludzkich. Nacisk wychowawczy i państwa kontrola w tym zakresie jest bardzo ważna i konieczna.

k) **Powinnością odbiorców społecznego przekazu jest rozeznanie i wybór.** Odbiorcy winni gromadzić informacje na temat mediów ich struktur, sposobów działania i treści oraz dokonywać odpowiedzialnych wyborów, kierując się zdrowymi kryteriami etycznymi, które wskazują, co warto czytać, co oglądać i czego słuchać.

l) **Zasadniczym obowiązkiem rodziców jest prawidłowe kształtowanie sumień dzieci i rozwijanie w nich zmysłu krytycznego;** aby uczyły się oceniać media i korzystać z nich. Dla dobra dzieci i swojego własnego rodzice muszą przyswajać sobie i praktykować umiejętności krytycznych widzów, słuchaczy i czytelników, odgrywając w swoich domach rolę wzorców rozważnego korzystania z mediów. Stosownie do swego wieku i okoliczności nie tylko dzieci i młodzież powinny przechodzić formację medialną ale również rodzice. Dla całych rodzin pomocne może być wspólne studiowanie i omawianie problemów i korzyści, jakie niosą środki przekazu.

m) **Katolicy podobnie jak inni obywatele mają prawo do swobodnego wypowiedzania się,** z czym wiąże się prawo do dostępu do mediów. Dotyczy to także wyrażanie opinii o tym, co jest dobre dla społeczeństwa, z zachowaniem należytej troski o czystość wiary i obyczajów, szacunku dla pasterzy oraz dbałości o wspólne dobro i godność osób. Nikt nie ma prawa przemawiać w imieniu Kościoła ani sugerować, że jest jego rzecznikiem, jeżeli nie został do tego upoważniony zgodnie z prawem; osobiste poglądy nie powinny też być przedstawiane jako nauczanie Kościoła (por. KPK kan. 227).

Te podstawowe zasady etyki medialnej wyznaczają zatem właściwe postępowanie w sferze społecznej komunikacji i przekazu i są jednym z czynników pozwalających na prawidłowe z nich korzystanie i ich rozwój, z uwzględnieniem dobra ludzkiej osoby. Trzeba zatem sprzyjać formacji ludzkich sumień, aby w mediach odnaleźć to, co budujące, a unikać i wypierać to wszystko, co niszczy dobro, godność i świętość osoby ludzkiej. We współczesnym świecie jest to jedno z najważniejszych zadań moralnych stojące przed Kościołem, społeczeństwem (państwem) i pojedynczym człowiekiem.

Summary

Paweł Salamon OFM Conv – Kraków

The Role of Mass Media in the Perspective of Catholic Theology

The contemporary world is the era of mass media. This statement emphasizes that the important elements shaping today's civilization are media of social communication also known as mass media. The essence of public media is

communication (i.e. according to the Wl. Kopalinski's dictionary) "the technique of transport and communication; trails, means of communication; relating news, thought; numerical techniques of sending information." This is conducive to initiation of relationships, encouragement of personal presence, demands sharing what is unifying, creates community, creates bonum commune (common good). Based on this one can present the definition of public media: these are all technical and electronic means discovered and utilized by man for the purpose of relating information about the reality of the surrounding world, serving creation and building of interpersonal relationships, taking into account the common good encompassing individual people as well as the whole society.

Media is and has the potential to be a tool of building and strengthening human society. This happens if their main motive is the willingness of "proclaiming the truth of life, human dignity, and real meaning of freedom and mutual dependence" (John Paul II). The Church sees many positive values and advantages in the development of the "information domain," however it detects and shows the serious threat coming from the manipulation by the media and the improper use of what it offers. Therefore, the Pontifical Council of Mass Media issued important document in the year 2000. This document entitled *The Ethics in Mass Media*, presents the Church's position and basic ethical rules pertaining to the functioning of mass media. These rules outline proper conduct in the area of social communication and mass media and are one of the factors allowing for their correct utilization and their development, taking into account the good of the human being and the needs of societal existence.

Bibliografia:

- Balter L., *Problematyczność środków przekazu*, w: „Communio” 6(90) XV(1995), ss. 3-6.
- Czuba K., *Media i władza*, Warszawa 1995.
- Filas R., *Czy powinniśmy się obawiać mediów*, w: „Wychowawca” 6(114) 2002, ss. 6-8
- Głomska M., *Czy reklamy są potrzebne?*, w: „Wychowawca” 7-8(115-116) 2002, ss.16-17.
- Kopaliński Wl., *Słownik wyrazów obcych i zwrotów obcojęzycznych*, Warszawa 2000.
- Kubińska Z., *Mass media a propaganda*, w: „Wychowawca” 7-8(115-116) 2002, s. 18.
- Lepa A., *Pedagogika mass mediów*, Łódź 2000.
- Matuszewska B., *Mass media – szanse i zagrożenia dla edukacji*, w: „Wychowawca” 6(114) 2002, ss. 10-13.
- Okarmus I., *Etyka a mass media*, w: „Wychowawca” 3(99) 2001, ss. 4-5.
- Papieska Rada ds. Środków Społecznego Przekazu, *Etyka w środkach społecznego przekazu*. (4 czerwca 2000 r.), w: www.opoka.org.pl/biblioteka
- Pamicka U., *Niebezpieczeństwo szklanego ekranu*, w: „Wychowawca” 11(107) 2001, ss. 18-19.
- Puclej J., *Rola etycznego wzorca w mediach*, „Communio” nr 6(90) XV(1995), ss. 78-86.
- Sareło Z., *Mass media - źródła dezintegracji tożsamości osoby*, w: „Communio” 6(90) XV(1995), ss. 39-43.

- Sellin J., *Oddziaływanie środków masowego przekazu na dzieci*, w: „Wychowawca” 1(109) 2002, ss. 18-19.
- Sobecka J., *Oblicze rodziny w mediach*, w: „Wychowawca” 6(114) 2002, ss. 14-16.
- Ufik-Jaworska I., *Czy gry komputerowe mogą być niebezpieczne?* w: „Wychowawca” 1(109) 2002, ss. 12-15.
- Zwoliński A., *Media – nadzieje i obawy*, w: „Wychowawca” 11(107) 2001, s. 9.