

Ireneusz ZIEMIŃSKI

MIĘDZY SŁOWEM, OBRAZEM A MILCZENIEM

Nie sposób zaprzeczyć, że środki społecznego przekazu stanowią jeden z najistotniejszych czynników kształtujących oblicze świata. Ks. Jan Chrapek (dzisiaj biskup i współtwórca Katolickiej Agencji Informacyjnej), redaktor recenzowanej tu książki¹, przytacza znane opi-

nie o roli druku w rozwoju protestantyzmu, radia – w systemie propagandy hitlerowskiej, a telewizji – w kształtowaniu pożądanych zachowań ludzkich przez jej właścicieli dzisiaj. Telewizja zresztą to (obok filmu) jeden z najważniejszych elementów kultury XX wieku, leżący u podłoża – co podkreśla Krzysztof Zanussi – „końca czasów Gutenberga”, a więc epoki kultury słowa pisanego, i będący przyczyną narodzin kultury obrazu i dźwięku. Zmieniając jednakże „zewnątrzne oblicze świata” oraz sposoby i narzędzia komunikacji i oddziaływań między ludźmi, mass media zmieniają również, co podkreśla ks. Jan Chrapek, wrażliwość samego człowieka. Człowiek epoki telewizji inaczej przecież rozumie i doświadcza świat niż człowiek epoki druku czy słowa mówionego. Zmiany te zdają się dotyczyć samej natury ludzkiej, techniki komunikacji bowiem to jakby dodatkowy, uwarunkowany historycznie zmysł człowieka.

¹ *Kościół a środki społecznego przekazu*, Praca zbiorowa pod red. ks. Jana Chrapka CSMA, Akademia Teologii Katolickiej, Instytut Teologii Apostolstwa SAC. Pallottinum, Warszawa 1990, ss. 272. Oto zawartość recenzowanej książki: ks. W. Piwoarski, *Przedmowa*; K. Zanussi, *Końiec czasów Gutenberga*; ks. J. Chrapek, *Współczesne techniki komunikowania nowym wyzwaniem dla Kościoła*; ks. P. Henrici, *Ku antropologicznej filozofii komunikacji oraz Komunikacja, teoria komunikacji i filozofia*; ks. P. Soukup, *Komunikowanie i teologia: rozmyślania oparte na źródłach chrześcijańskich*; ks. J. Ballycki, *Środki społecznego przekazu w świetle nauki Episkopatu Polski*; ks. M. Lubański, *Pojęcie informacji i jej charakter społeczny*; A. Ruszkowski, K. Klauza, *Kultura a środki społecznego przekazu. Analiza społeczno-pastoralna*; A. Helman, *Psychologiczne podstawy recepcji przekazów audiowizualnych*; J. Komorowska, *Telewizja a wychowanie w rodzinie i zdrowie psychiczne dziecka*; T. Sobolewski, *Ukryta religijność kina*; ks. J. Chrapek, *Uwarunkowania recepcji programów telewizyjnych przez młodzież*; K. Klauza, *Eklezjogenetyczna funkcja środków społecznego przekazu*; R. A. White SJ, *Środki społecznego przekazu a religijna wyobraźnia*;

ks. J. Chrapek, J. Góral, *Zarys historii ważniejszych wynalazków z dziedziny masowego komunikowania oraz wypowiedzi Kościoła na temat środków społecznego przekazu*; A. Barwiałk, *Bibliografia*; Kongregacja Wychowania Katolickiego, *Wskazówki odnośnie do formacji przyszłych kapłanów w zakresie środków społecznego komunikowania*. Książkę uzupełnia Aneks: *Formacja duchowieństwa w dziedzinie środków społecznego przekazu w nauczaniu Kościoła* (w porządku chronologicznym) oraz Aneks II: *Wykaz tematów*.

Współcześnie jednak, jak często się podkreśla, dzięki nowym technikom przekazu człowiek żyje w chaosie informacji docierających doń z wielu źródeł, informacji, których nie jest w stanie ogarnąć, zrozumieć, ocenić ani wyselekcjonować w sposób świadomy. Stan osaczenia przez „szum informacyjny” prowadzi, co pokazywał w swej literackiej twórczości choćby John Dos Passos, do dezintegracji osobowości jednostek i redukcji ich życia świadomego do poziomu biernego doznawania. We współczesnych wizjach katastrofy ludzkiej kultury człowiek jawi się jako dekodery informacji, pozbawiony w zasadzie innych wymiarów swego człowieczeństwa². Z wizją tą często łączy się pogląd utożsamiający posiadanie informacji z posiadaniem władzy, wszak ten, kto ma wpływ na treści przekazywane w mass mediach, może kształtować ludzkie opinie, mentalność, sposoby reakcji i zachowania, pozbawiając tym samym odbiorcę (zwłaszcza, gdy ten jest skazany na jedno źródło informacji) elementarnej wolności. Środki przekazu i komunikacji stają się – co wielokrotnie podkreślał w swych dokumentach Episkopat Polski – środkami narzucania człowiekowi jednolitego obrazu świata, pożądanego przez władzę.

Mimo iż – jak podkreśla ks. Mieczysław Lubański – „człowiek zawsze winien potrafić odróżniać prawdę od jej namiastek” (s. 85), przestrzeń wolności może być w tym względzie znikoma. „Słowa – jak pisał w *LTI* Victor

Klemperer³ – mogą być jak małe dawki jadu: połyka się je niepostrzeżenie, wydają się nie mieć żadnego skutku, a jednak po pewnym czasie występuje trujące działanie. Jeśli ktoś przez dostatecznie długi czas to, co bohaterskie i cnotliwe, nazywa fanatycznym, ten wreszcie uwierzy, że fanatyk to cnotliwy bohater i że bez fanatyzmu nie można być bohaterem”.

Telewizja (posługująca się żywym obrazem, unaoczniająca rzeczywistość skrojoną okiem kamerzysty) ma jeszcze większą moc: może zarówno podsycać agresję, jak i stępić wrażliwość wobec zła czy bestialstwa, może zarówno kreować bohaterów i idoli, jak też skazywać na społeczną nieobecność albo nawet banicję ludzi o rzeczywistym autorytecie. Z tych m.in. zagrożeń, jakie media stanowią dla człowieka, płynie troska Kościoła katolickiego o to, by były one wykorzystywane wyłącznie dla dobra i zbudowania, nie zaś dla zła i upodlenia człowieka. Wyrazem tej troski są takie dokumenty, jak encyklika Piusa XII *Miranda prorsus* (8 IX 1957), encyklika Jana XXIII *Mater et Magistra* (1961), dekret Soboru Watykańskiego II *Inter mirifica* (4 XII 1963) czy ustępy 823-832 Kodeksu Prawa Kanonicznego (23 I 1983) oraz liczne szczegółowe instrukcje, dekrety czy odezwy tak Stolicy Apostolskiej, jak Episkopatów lokalnych, w tym polskiego.

Z racji wymienionych zagrożeń związanych z mediami, jak pisze ks. Jan Chrapek, „podstawowym zadaniem Kościoła w czasach korzystania z nowych technik komunikowania jest takie formowanie ludzi, by byli zdolni do osobistej odpowiedzialności za wybory, jakich doko-

² Uniwersum jako kod, zbiór informacji, mieli widzieć już – zdaniem ks. Petera Henriciego – G. W. Leibniz czy zwłaszcza G. Berkeley, dla którego istnieją tylko duchy (postrzegające idee), idee (przesyłane przez Boga) i Bóg – Duch Najwyższy jako autor przekazu.

³ V. K l e m p e r e r, *LTI. Notatnik filologa*, przeł. J. Zychowicz, wyd. 2, Warszawa 1989, s. 26.

nują, by zawsze mieli na względzie dobro osoby ludzkiej” (s. 19). Zarazem jednak Kościół winien piętnować to wszystko, co w mediach służy zniewoleniu człowieka, zniszczeniu jego świadomości i sumienia. Co więcej, nazywane „darem Bożym” i „znakiem czasu”, media – zdaniem Kościoła – powinny być wykorzystane jako narzędzia ewangelizacji. Prawo dostępu do nich posiadać winien każdy Kościół i każde wyznanie, tak duchowni, jak i całe społeczności wierzących. Warunkiem jednak owocnego ich wykorzystania jest zbudowanie (w ramach teologii rzeczy świeckich) teologii mass mediów. Dopiero bowiem ujęte w świetle – z jednej strony – potrzeb ludzkiej natury, z drugiej – jej ostatecznego przeznaczenia i przepowiadania prawdy o zbawieniu, mogą w pełni służyć celom nadprzyrodzonym.

Wykorzystanie środków społecznego przekazu w procesie ewangelizacji, do której powołany został Kościół i która jest jego istotą, stwarza możliwości dotarcia do olbrzymiej liczby ludzi, jak bowiem podają Andrzej Ruszkowski i Karol Klauza „audytorium mass mediów jest około 80 razy większe niż w przypadku klasycznej posługi misyjnej” (s. 101). Rezygnacja z wykorzystania tej szansy byłaby wprost „grzechem zaniechania”.

Mimo oczywistych zalet mediów w głoszeniu Chrystusowej prawdy warto (a nawet trzeba) dostrzec również niebezpieczeństwa, jakie zagrażają Kościołowi i głoszonej przezeń nauce, gdy sięga on po współczesne środki komunikacji. Przede wszystkim dzisiejsze media stwarzają pokusę wykorzystania tych wszystkich środków oddziaływania na odbiorcę, które ograniczając nawet jego wolność, przynoszą doraźny sukces w postaci jego wiary w prezentowane (czy nawet narzucane) mu treści. By tej pokusie „socjotechniki” przeciwdziałać, konieczna jest nieustanna

„czujność sumienia” i płynący z wiary szacunek dla tych, którzy myślą i wierzą inaczej.

Bardziej istotnym problemem jest jednak pytanie, jak przekazać drugiemu człowiekowi depozyt wiary za pośrednictwem współczesnych środków komunikacji. Kwestia ta ma kilka, ściśle z sobą związanych aspektów; podstawowym jest – trafnie przypominany przez ks. Petera Henriciego – problem Kierkegaarda: „Jak możliwe jest przekazywanie prawdy, skoro wiadomo, że prawdy i wiedzy nie da się zakomunikować z zewnątrz?” (s. 22). W wieku XX pytanie to ma swój dodatkowy kontekst – podkreślaną przez Tadeusza Sobolewskiego desakralizację świata i człowieka. To w wieku XX przecież, ustami Dietricha Bonhöffera, postawione zostało zagadnienie: jak (a nawet – czy) możliwe jest jeszcze przepowiadanie Chrystusa dzisiejszemu człowiekowi? Na bazie tych wątpliwości wyrosła potem teologia śmierci Boga i idea bezwyznaniowego, bezreligijnego chrześcijaństwa. W tej perspektywie problem mass mediów wyraża się w pytaniu: jak głosić za ich pośrednictwem prawdę chrześcijaństwa, by jej nie okaleczyć, a zarazem – by uczynić ją zrozumiałą dla odbiorcy?

Media (zwłaszcza najpotężniejsza z nich telewizja) nie mogą przecież zastąpić świątyni jako miejsca modlitwy, tym bardziej nie mogą (nawet w bezpośredniej transmisji Mszy świętej) uobecnić Chrystusa. Co więcej, wspólnota wytwarzana przez media nie jest wspólnotą osób przeżywających misterium Chrystusa, lecz – co podkreślają ks. Paul Soukup i ks. Jan Chrapek – wspólnotą przypadkową, opartą na bezosobowych relacjach obcych sobie ludzi. Media bowiem, jak podkreśla Karol Klauza, często nie budują, lecz burzą wspólnotę, izolując ludzi od siebie. Niebezpieczeństwa

te zagrażają również mediom wykorzystywanym dla ewangelizacji. Te ostatnie winny więc dążyć do tego, by – jak podkreślał Episkopat Polski – przełamywać ludzką samotność i egoizm, rodzić poczucie braterstwa i świadomość jedności z całą ludzką rodziną.

Poza tym, co może najważniejsze, prawdy Chrystusa nie można przekazać w postaci informacji czy pouczenia, wymaga ona bowiem osobistego świadectwa. Tego świadectwa prawdy nie mogą zastąpić żadne, nawet najdoskonalsze środki komunikacji. Prawdę chrześcijaństwa odkrywa się nie w natłoku wiadomości, lecz w głębokim skupieniu, kiedy to człowiek wycisza się i milknie, pozwalając mówić Bogu. Prawda Bożego Słowa jest jednak nieskończona, nie może jej wypowiedzieć żadna mowa ludzka ani obraz. I choć nie wypowie jej także milczenie – ono zdaje się być najmniej zniekształcającym jej treść przekazywaniem. Czyż jednak media mogą milczeć?

Nie lekceważąc zarysowanej trudności, nie można jednak tracić poczucia realizmu i szukać utopijnej komunikacji „poza mediami”. Przede wszystkim bowiem, co podkreślone zostało już na początku tej recenzji, jeżeli media zmieniają człowieka, jego wrażliwość, sposoby postrzegania i rozumienia świata, to Kościół, chcąc by głoszona przezeń Ewangelia była dla człowieka zrozumiała i czytelna – musi uwzględniać te uwarunkowania i zmiany ludzkiej mentalności. W epoce obrazu i dźwięku człowiek może nie być zdolny do słuchania milczenia, stąd jeśli Kościół zrezygnuje z mediów – w tym także tych najważniejszych – może do człowieka dziś w ogóle nie dotrzeć. Jak mówił Papież Jan Paweł II 19 XI 1980 roku w Monachium: „Kościół potrzebuje słowa, które zdolne będzie świadczyć i przekazywać Słowo Boże i które jednocześnie będzie słowem ludz-

kim, zdolnym wnikać w świat mowy dzisiejszych ludzi, taki, jaki staje przed nami w dzisiejszej sztuce i publicystyce. Tylko w ten sposób Słowo może pozostać żywe i być odczuwane przez człowieka”.

Widać wyraźnie, że właściwe pytanie brzmi: nie czy, ale jak Kościół winien posługiwać się współczesnymi środkami komunikacji, by za ich pośrednictwem głosić Dobrą Nowinę, nie uszczuplając jej rzeczywistego sensu? Jest to więc pytanie o to, jaki charakter, jakie cechy specyficzne winny posiadać media kościelne.

Pełnej odpowiedzi udzielić nie sposób, można jednak wskazać na kilka norm, których media kościelne winny bezwzględnie przestrzegać. Przede wszystkim winny odróżniać się od innych nie tylko treścią, lecz również sposobem przekazu. W sposób szczególny muszą respektować zasadę szacunku dla odbiorcy, także tego, który sytuuje się poza Kościołem, a nawet chrześcijaństwem czy jakąkolwiek religią. Naczelnym ich dążeniem winien być przy tym nie tyle przekaz informacji, co próba osiągnięcia dialogu, osobowego spotkania z odbiorcą, co mogłoby stanowić podstawę zbudowania rzeczywistej wspólnoty rozumiejących się ludzi. Wszak, jak piszą Andrzej Ruszkowski i Karol Klauza, misją Kościoła jest „udzielanie pozaintelektualnych wartości duchowych i zbawczych (łaska, odpusty itp.)” (s. 89), komunikacja zaś to, jak trafnie dostrzegają ci sami Autorzy, nie wpływanie na drugiego, lecz współuczestnictwo. Odbiorca mediów kościelnych nie może być traktowany wyłącznie jako ten, który jest w błędzie i którego należy pouczyć o prawdzie, nie może więc być traktowany jako ktoś do przekonania, lecz jako ktoś, kto jest pełnoprawnym uczestnikiem dialogu i wspólnoty.

Nowy styl przekazu, nowe środki ewangelizacji wymagają – czego Kościół jest w pełni świadom – nowej formy kapłaństwa; stąd coraz częstsze próby edukacji przyszłych kapłanów w zakresie posługiwania się współczesnymi środkami przekazu. „Wykształcenie w tym zakresie – stwierdza się w instrukcji duszpasterskiej *Communio et progressio*, wydanej 23 V 1971 roku przez Papieską Komisję do Spraw Środków Społecznego Przekazu – należy traktować jako integralną część ich formacji. Bez wystarczającej wiedzy w tej dziedzinie nikt nie może we współczesnym świecie, coraz bardziej uwarunkowanym przez te środki, wypełniać skutecznie posługę apostolską”.

Aczkolwiek niezbędne, media nie mogą być ani jedynym, ani nawet najważniejszym środkiem ewangelizacji. Nie powinny zastępować, lecz co najwyżej tam, gdzie to konieczne, uzupełniać i wspierać tradycyjną posługę duszpasterską. Na ile nowe techniki i środki komunikacji okażą się skuteczne i owocne w działalności Kościoła, pokaże dopiero przyszłość. Czy budować będą one rzeczywistą wspólnotę ludzi otwartą na wymiar nadprzyrodzony czy staną się obok innych jedynie narzędziem perswazji i nacisku, zależy będzie wyłącznie od wrażliwości sumień i głębi wiary tych, którzy nimi kierują.