

ks. Andrzej Baczyński

Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie

WOLNOŚĆ I NIEZALEŻNOŚĆ TELEWIZJI – DROGA DO SPRAWIEDLIWEGO PRZEKAZU

Abstract: **Freedom and independence of television – the road to a fair media.** Freedom and independence are prerequisites for fair coverage in the media. Only in such an atmosphere, the media, and especially television can perform social tasks assigned to them. Freedom and independence are also the space that allows respect for fundamental values, including Christian values in the media. Respect of Christian values in the media is primarily an attempt to defend man against all that undermines man's dignity, all that degrades man to the role of an object, all that makes man an object of various manipulations. Culture free from such threats can be created and participated in only in an atmosphere of freedom. For every desire to participate in the truth and the good becomes impossible in the conditions of coercion and enslavement.

Wolność i niezależność są podstawowymi warunkami sprawiedliwego przekazu w mediach. Tylko w takiej atmosferze media, a zwłaszcza telewizja mogą wypełniać przypisane im społecznie zadania. Wolność i niezależność są również tą przestrzenią, która umożliwia respektowanie podstawowych wartości, w tym także wartości chrześcijańskich w mediach. Respektowanie wartości chrześcijańskich w mediach jest przede wszystkim próbą obrony człowieka przed tym, co podważa jego godność, co degraduje człowieka do roli przedmiotu, co czyni go obiektem różnorodnych manipulacji. Kulturę wolną od tego rodzaju zagrożeń można stworzyć i w niej uczestniczyć tylko w klimacie wolności. Każde bowiem dążenie do uczestniczenia w prawdzie i dobru staje się niemożliwe w warunkach przymusu i zniewolenia.

Keywords: justice, media, television, freedom, independence, John Paul II, responsibility, value, culture

sprawiedliwość, media, telewizja, wolność, niezależność, Jan Paweł II, odpowiedzialność, wartość, kultura

Jan Paweł II w Orędziu na XXXVII Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu 2003 roku pisze:

Środki przekazu są zobowiązane do krzewienia sprawiedliwości i solidarności w relacjach międzyludzkich na wszystkich poziomach życia społecznego poprzez dokładne relacjonowanie wydarzeń, rzetelne wyjaśnianie problemów i uczciwe przedstawianie odmiennych poglądów¹.

Te zobowiązania mogą w pełni realizować tylko wolne i niezależne media. Telewizja jako wciąż najpopularniejsze narzędzie komunikacji społecznej powinna być szczególnie chroniona przed wszelkimi próbami zniewolenia ekonomicznego, politycznego czy ideologicznego.

Telewizja, dzieło ludzkiego geniuszu i dar od Boga², zyskała w niedługim czasie szeroką autonomię nie tylko jako wytwór ludzkiej kultury, ale także jako miejsce tworzenia nowej specyficznej kultury, którą określa się najczęściej terminem kultura środków przekazu. Jej charakterystycznymi znamionami są: popularność, masowość i homogeniczna struktura przekazu. Kultura ta w pewnej mierze decyduje dziś o kształcie współczesności, o życiu przeciętnego człowieka³. Wyznacza rytm codziennego życia, dopasowana w swej czasowej strukturze do aktywności człowieka chce towarzyszyć mu zawsze i wszędzie. Chrześcijaństwo mianem kultury w sensie ogólnym określa to wszystko, „czym człowiek doskonali wielorakie uzdolnienia swego ducha i ciała; stara się drogą poznania i pracy poddać świat pod swoją władzę; czyni bardziej ludzkim życie społeczne tak w rodzinie, jak i w całej społeczności państwowej przez postęp obyczajów i instytucji; wreszcie w dziełach swoich w ciągu wieków wyraża, przekazuje i zachowuje wielkie doświadczenie duchowe i dążenia po to, aby służyły postępowi wielu, a nawet całej ludzkości”⁴.

Powyższe określenie, zawarte w soborowej konstytucji *Gaudium et spes*, określa zasadniczy i bezpośredni cel kultury. Miarą kultury jest człowiek jako jej twórca, podmiot i cel. Wtedy tylko posiada ona jakąś wartość, jest rzeczywiście kulturą, jeśli sprzyja rozwojowi człowieka, jego doskonaleniu, wyzwoleniu. Jeżeli obraca się przeciw człowiekowi, ażeby go zniewolić, zdegradować lub zniszczyć, staje się antykulturą⁵. Dla Jana Pawła II kultura jest właściwym sposobem istnienia i bytowania człowieka, a z rugiej strony „człowiek jest w widzialnym świecie jedynym ontycznym podmiotem kultury, jest też jedynym jej właściwym przedmiotem i celem. Kultura jest tym, przez co człowiek jako człowiek staje się bardziej człowiekiem”⁶. We wspomnianej konstytucji Kościół przypomina, że ponieważ kulturę odnosimy do doskonałości osoby ludzkiej,

¹ Jan Paweł II, Orędzie na XXXVII Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu 2003: *Środki społecznego przekazu w służbie prawdziwego pokoju w świetle encykliki „Pacem in terris”*, 4, „L'Osservatore Romano” 2003, s. 8.

² Pius XII, *Miranda prorsus*, [w:] *Kościół a kultura masowa*, red. F. Adamski, Kraków 1987, s. 237.

³ Papińska Rada ds. Środków Społecznego Przekazu, Instrukcja duszpasterska *Aetatis novae*, Watykan 1992, 2.

⁴ Sobór Watykański II, Konstytucja duszpasterska o Kościele *Gaudium et spes*, [dalej: KDK], 53.

⁵ J. Majka, *Kościół – kultura – kultury*, „Ateneum Kapłańskie” 1989, z. 3, s. 345.

⁶ Jan Paweł II, *W imię przyszłości kultury*, Przemówienie w UNESCO, 2 VI 1980, [w:] *Poznać człowieka w Chrystusie. Jan Paweł II o godności ludzkiej*, red. J. Kowalski, Częstochowa 1983, s. 200.

do dobra całej społeczności, należy „tak kształtować ducha, aby rozwijała się zdolność podziwiania, wnikania w głąb, kontemplacji i urabiania sobie sądu osobistego oraz zdolność kształcenia zmysłu religijnego, moralnego i społecznego [...], by w prawdzie i w sprawiedliwości budować lepszy świat”⁷.

Jan Paweł II podkreśla, że każdy człowiek ma prawo do udziału w kulturze oraz do jej tworzenia. Wskazuje też na fundamentalny związek Ewangelii, „czyli orędzia Chrystusa i Kościoła z człowiekiem w samym jego człowieczeństwie”. Ten związek – stwierdza Papież – jest kulturotwórczy od samych podstaw.

Aby tworzyć kulturę, trzeba do końca i integralnie widzieć człowieka jako szczególną wartość, jako podmiot związany z osobową transcendencją. Trzeba tego człowieka afirmować dla niego samego, nie dla jakichkolwiek innych racji czy względów – jedynie dla niego samego! Trzeba tego człowieka po prostu miłować, dlatego że jest człowiekiem – trzeba wymagać dla niego miłości ze względu na szczególną godność, jaką posiada⁸.

Wymóg respektowania wartości chrześcijańskich w tej kulturze, jaką tworzy telewizja, jest więc przede wszystkim próbą obrony człowieka przed tym, co podważa jego godność, co degradowuje człowieka do roli przedmiotu, co czyni go obiektem różnorodnych manipulacji. Kulturę wolną od tego rodzaju zagrożeń można stworzyć i w niej uczestniczyć tylko w klimacie wolności, samodoskonalenie człowieka również takiego właśnie klimatu wymaga. Każde bowiem dążenie do uczestniczenia w prawdzie i dobru staje się niemożliwe w warunkach przymusu i zniewolenia. Tymczasem współczesna cywilizacja wspomagana przez zniewolony manipulacją świat środków przekazu „stara się narzucić człowiekowi szereg pozornych imperatywów, które jej rzecznicy uzasadniają prawem rozwoju i postępu. Tak np. na miejsce poszanowania życia – i m p e r a t y w pozbywania się go i niszczenia; na miejsce miłości jako odpowiedzialnej wspólnoty osób – sumę użycia seksualnego zwolnionego od wszelkiej odpowiedzialności; na miejsce prymatu prawdy w działaniu – p r y m a t sensacji, koniunktury i dorażnego sukcesu”⁹.

Prawdziwa wolność i niezależność mediów – stwierdza Pius XII w encyklice *Miranda prorsus* – polega na nieskrępowanym dysponowaniu prawem do rozpowszechniania wiadomości i informacji potrzebnych albo pożytecznych dla wspólnego dobra¹⁰. Dlatego tenże papież gani tych, „co myślą i głoszą, że można korzystać z pewnych form rozpowszechniania, popierać je i zalecać nawet wtedy, gdy ciężko wykraczają przeciw porządkowi moralnemu, byleby się tylko odznaczały wartością artystyczną i techniczną”¹¹. Instrukcja *Communio et progressio* wiąże wolność mediów z naturą społeczną człowieka, uznając, iż prawdziwy dialog pomiędzy poszczególnymi ludźmi, jak i grupami społecznymi może się odbywać tylko w przestrzeni wolności. W tym względzie środki przekazu są nowym elementem więzi społecznej i postępu, umożliwiając wzajemne zrozumienie i współdziałanie. „Jeżeli jednak wolność ta nie bierze pod uwagę

⁷ KDK, 59 i 55.

⁸ Jan Paweł II, *W imię przyszłości kultury*, dz. cyt., s. 203.

⁹ Tamże, s. 205.

¹⁰ Pius XII, *Miranda prorsus*, dz. cyt., s. 241–242.

¹¹ Tamże, s. 242.

wewnętrznych wymagań i ograniczeń prawa przekazywania i otrzymywania informacji, wtedy bardziej służy przekazującemu niż odbiorcom”¹².

Jan Paweł II naucza o wolności mediów, które z natury są społecznym środkiem komunikacji, a więc mają przede wszystkim służyć dobru społecznemu, nie zaś wąskiej grupie właścicieli i decydentów politycznych. Tak rozumiane media „nie mogą pozostać tylko środkami dominacji nad innymi czy to ze strony czynników sprawujących władzę polityczną, czy też ze strony potentatów finansowych dyktujących ich program i profil. Muszą stawać się środkiem – jakże ważnym środkiem – ekspresji tego społeczeństwa, które z nich korzysta i ostatecznie też je utrzymuje. Muszą liczyć się z prawdziwymi potrzebami tego społeczeństwa. Muszą liczyć się z kulturą Narodu i jego historią. Muszą respektować odpowiedzialność wychowawczą rodziny. Muszą liczyć się z dobrem człowieka, z jego godnością”¹³. Nie mogą być podporządkowane kryteriom interesu, sensacji i doraźnego sukcesu, ponieważ muszą liczyć się z wymogami etyki, by służyć budowaniu bardziej ludzkiego życia¹⁴.

Istnieje ściśle powiązanie pomiędzy wolnością mediów a prawdą. Prawda w przekazie – stwierdza Jan Paweł II w orędziu na XXXVII Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu – jest sprawdzianem stopnia wolności mediów. Zarazem służba prawdzie jest służbą wolności. Jeśli więc środki przekazu oddalają się od prawdy, rozpowszechniając kłamstwo albo rozbudzając niezdrowe reakcje emocjonalne na wydarzenia, wówczas także ograniczają korzystanie z wolności¹⁵. Budowanie wspólnego dobra i skuteczna kontrola działalności państwa jest możliwa tylko wówczas, gdy społeczeństwo ma zagwarantowany swobodny dostęp do prawdziwych i wyczerpujących informacji. „Środki przekazu – jeżeli mają służyć wolności – same muszą być wolne i należycie korzystać z tej wolności. Ich uprzywilejowana pozycja wymaga, by nie kierowały się jedynie żądzą zysku, lecz służyły prawdziwym potrzebom oraz interesom społeczeństwa”¹⁶.

Na ogół wolność i niezależność mediów jest utożsamiana z prawem własności, czyli oznacza prawo do swobodnego posiadania i użycia środków przekazu bez ograniczeń albo interferencji ze strony rządu. Takie prawo jest uznawane za gwaranta różnorodności ekspresji obywatelskiej. Jednak – jak stwierdza – T. Goban-Klas – w świetle monopolistycznych tendencji oraz komercyjnych źródeł finansowania mediów, to optymistyczne założenie jest w praktyce trudno realizowalne¹⁷. Wolność mediów nie oznacza jednak samowoli w działaniu na polu medialnym, ponieważ posiada granice, które w swym zasadniczym kształcie są stanowione przez prawo i samą rzeczywistość rynku medialnego.

Nigdy nie było i nie ma mediów całkowicie wolnych – pisze Tomasz Goban-Klas – choć bywają media całkowicie uzależnione. [...] Zawsze bowiem media są zależne od odbiorców (którzy mogą, ale nie muszą z nich korzystać); zawsze też są zależne od ich właści-

¹² Papieska Komisja ds. Środków Społecznego Przekazu, Instrukcja *Communio et progressio*, 46.

¹³ Jan Paweł II, *W imię przyszłości kultury*, dz. cyt., s. 207–208.

¹⁴ Tamże, s. 208.

¹⁵ Jan Paweł II, Orędzie na XXXVII Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu 2003: *Środki społecznego przekazu...*, dz. cyt., 3.

¹⁶ Tamże.

¹⁷ T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe*, Warszawa-Kraków 1999, s. 161.

cieli, a także od warunków ekonomicznych (w tym licencji, podatków, opłat pocztowych i stemplowych) oraz od norm prawnych¹⁸.

Wolność mediów jest korzystna dla prawidłowego funkcjonowania społeczeństwa, ponieważ zapewnia dopływ wiarygodnych informacji i prezentację różnych punktów widzenia. Wolność jest jednak raczej warunkiem niż kryterium działania mediów. Wiąże się z prawem swobodnej ekspresji i wyrażania opinii, ale wówczas wymaga dostępu obywateli do mediów oraz możliwości otrzymywania różnych informacji z różnych źródeł publicznych¹⁹.

Wiek XX, naznaczony przeobrażeniami w dziedzinie komunikacji społecznej, był również okresem ścierania się czterech formatowanych w aspekcie wolności koncepcji mediów: autorytarnej, totalitarnej, liberalnej i koncepcji społecznej odpowiedzialności mediów²⁰. Koncepcja autorytarna, powstała w Anglii na przełomie XVI i XVII wieku, stawiała rację stanu wyżej od wolności jednostek i wolności społeczeństwa. Była to zatem koncepcja służenia państwu i racji stanu. Prasa miała wspierać działania panującego, jego rządu i wobec tego nie mogła występować przeciwko władzy, krytykować instytucji politycznych, oficjalnych autorytetów itd. Prawo do publikacji posiadali właściciele królewskiego patentu lub podobnych pozwoleń²¹. W późniejszym czasie podstawową ideę myśli autorytarnej – ideę służebności – przyjęły inne koncepcje prasy, mianowicie totalitarna (w wypaczonej formie całkowitej służebności wobec władzy i przywódcy) i koncepcja społecznej odpowiedzialności mediów (w postaci zasady służby dla społeczeństwa). Doświadczenie możliwości różnorodnych interpretacji idei służebności pokazuje, iż sama idea niewiele znaczy bez pytania – wobec czego lub wobec kogo ma być realizowana. Wypaczona forma idei służebności odradza się współcześnie, również w sytuacji wolnego rynku mediów, np. w telewizji publicznej lub komercyjnej w postaci dyspocyjności wobec opcji rządzącej lub interesów określonych ugrupowań politycznych²².

Koncepcja totalitarna odnoszona jest przede wszystkim do rzeczywistości medialnej panującej w ZSRR i państwach komunistycznych, jako wyrosła z myśli leninowskiej po 1917 roku i doprowadzona do perfekcji przez sowiecki aparat ucisku²³. Polegała ona na pełnej kontroli działalności mediów, które stały się istotną częścią tego aparatu i utrwalania ateistycznej ideologii. W tej koncepcji upowszechnianie wartości chrześcijańskich w mediach, zwłaszcza w telewizji było niemożliwe, funkcjonowała bowiem tylko telewizja państwowa całkowicie podległa władzy, programowo propagująca

¹⁸ Taż, *Granice wolności mediów*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, Kraków 2000, s. 411.

¹⁹ Taż, *Media i komunikowanie masowe*, dz. cyt., s. 161.

²⁰ Typologia czterech teorii prasy została przedstawiona przez amerykańskich prasoznawców: F. S. Sieberta, T. Petersona, W. Schramma w pracy zatytułowanej *Four Theories of the Press* (Urbana 1956, University of Illinois).

²¹ B. Ociepka, *System propagandowy*, [w:] B. Dobek-Ostrowska, J. Frasz, B. Ociepka, *Teoria i praktyka propagandy*, Wrocław 1999, s. 51–52.

²² M. Howiecki, *Media, władza, świadomość społeczna*, Kraków 1997, s. 36–37.

²³ Koncepcja ta była również realizowana przez faszystów w Niemczech. Istniały jednak różnice ideologiczne pomiędzy totalitarną koncepcją mediów panującą w ZSRR i hitlerowskich Niemczech. Podstawą wschodnich koncepcji był marksizm-leninizm, wyznaczający zasadnicze kierunki działań, podczas gdy w Niemczech ideologia nazistowska.

oficjalną ideologię. Dla dziennikarzy jedyną zasadą etyczną w systemie totalitarnym miała być lojalność wobec władzy, dyspozycyjność i poświęcenie się służbie propagandy i umacnianiu dyktatury monopartii²⁴. Cechą charakterystyczną tej koncepcji był całkowity brak pluralizmu w poglądach i opiniach. Telewizja, tak jak inne środki przekazu, służyła głównie jako nośnik totalitarnej propagandy. „Nie ulega wątpliwości – stwierdza Manfred Schutte – że funkcjonowanie takiego systemu wymaga kontroli informacji i monopolu jednej ideologii. Propaganda opozycji jest całkowicie eliminowana m.in. dzięki cenzurze działającej jak filtr na każdym etapie przepływu informacji”²⁵. W różnych okresach historii systemów totalitarnych XX wieku i w różnych krajach komunistycznych ostrość wymagań władzy wobec mediów zmieniała się, a dziennikarze często próbowali omijać oficjalne zakazy, choć nieczęsto kończyło się to powodzeniem.

Szczególnym przypadkiem kontroli i zniewolenia mediów stała się cenzura. W okresie PRL cenzurę sprawowała państwowa instytucja znana pod nazwą Główny Urząd Kontroli Prasy, Publikacji i Widowisk. Mechanizm cenzorski powodował, że każdy tekst informacyjny, każdy program, piosenka, film musiały być uprzednio przedstawione do kontroli wstępnej. Cenzor wydawał lub nie zgodę na publikację, względnie żądał zmian, niekiedy sam je sugerując.

W swych opiniach kierował się – pisze Goban-Klas – instrukcjami, tzw. zapisami, zawartymi w specjalnej księdze. Zapisy te bywały niekiedy bardzo ogólne, oparte na dekreście z 1946 roku, powołującym Główny Urząd Kontroli Prasy, Publikacji i Widowisk i zobowiązującym go do zapobiegania godzeniu w ustrój PRL, ujawnianiu tajemnic państwowych, działaniu na szkodę międzynarodowych stosunków państwa oraz naruszaniu prawa i dobrych obyczajów. Cenzura miała więc chronić prawo i moralność, a tak naprawdę tylko to, co władza za prawo i moralność sama uważała²⁶.

Oprócz cenzury elementem kontroli publikacji w mediach był sektor propagandy partii komunistycznej, który wydawał polecenia cenzorom, formułując zapisy i ich interpretacje i wskazując, co należy publikować, jakie tematy poruszać, jak pisać o poszczególnych wydarzeniach i zjawiskach²⁷. W przypadku telewizji komórki komunistycznej organizacji odgrywały wyjątkowo aktywną rolę w kształtowaniu programu.

Dążenia totalitarnej władzy nie ograniczały się jedynie do eliminowania wszystkiego, co sprzeciwiało się obowiązującej ideologii, próbowano również zawładnąć sferą wartości, symboli i idei, zwłaszcza kojarzoną z chrześcijaństwem. W Polsce w epoce realnego socjalizmu cała polityka kulturalna, wychowanie, propaganda, polityka społeczna były celowo odrywane od czynnych społecznie tradycyjnych źródeł aksjologicznych. Państwo totalitarne manipulowało podstawowymi, powszechnie uznawanymi symbolami i pojęciami, wprowadzało w obieg społeczny fałszywe kategorie światopoglądowe, etyczne i estetyczne²⁸. Istniało wiele sposobów dewaluacji wartości.

²⁴ M. Ilowiecki, *Media, władza, świadomość społeczna*, dz. cyt., s. 37–38.

²⁵ M. Schutte, *Politische Werbung und totalitäre Propaganda*, Dusseldorf-Wien 1968, s. 81, za: B. Ociepa, *System propagandowy*, dz. cyt., s. 55.

²⁶ T. Goban-Klas, *Granice wolności mediów*, dz. cyt., s. 417.

²⁷ Tamże, s. 418.

²⁸ A. Tyszka, *Wartości zdegradowane, wartości ocalone*, [w:] *Spór o wartości w kulturze i wychowaniu*, red. F. Adamski, Kraków 1991, s. 20.

Jednym z nich był zabieg mający na celu ich relatywizację. Relatywizacja polega na podaniu w wątpliwość istnienia stałej wartości danej rzeczy, zjawiska czy idei. Relatywiści w swym sporze z aksjologicznym obiektywizmem dyskutują problem, czy każda rzecz ma swą stałą wartość, czy też zmienia ją zależnie od czasu, miejsca, okoliczności; czy rzeczy i czyny mają wartość same przez siebie, czy też jest im przypisana przez nas zależnie od naszych potrzeb i upodobań²⁹.

W ten sposób przy pomocy mediów, a szczególnie masowo oglądanej telewizji, rozpowszechniano subiektywistyczny pogląd o wartościach, przyznając każdemu prawo kwestionowania tradycyjnych wartości. Wartości religijne i świat wartości chrześcijańskich, których znaczenie dla życia ludzkiego podkreślał Kościół, były obszarem szczególnych ataków; ich celem była deprecjacja tychże wartości, a poprzez to pozbawienie Kościoła wpływu na społeczeństwo, wreszcie marginalizacja Kościoła i zachowanie monocentrycznego systemu z prawem do wyłączności sądów o wartościach. W wymiarze wartości ogólnoludzkich etos rodzinny, wartość małżeństwa i rodzicielstwa narażone były na zwielokrotnione działania czynników ustawodawczych, wychowawczych, propagandowych. Objawiło się to przede wszystkim w deprecjacji wartości życia dziecka poczętego – sprzyjało temu liberalne ustawodawstwo, gwarantujące możliwość dokonywania aborcji prawie bez ograniczeń³⁰. Propagowanie świeckiego stylu życia, tzw. cywilnych ślubów, podważanie świętości związku małżeńskiego i rodziny, eliminowanie religijności w przekazach ukazujących życie rodzinne lub ośmieszanie tradycyjnych wzorców pobożności – wszystko to służyło zniszczeniu wiarygodnych wyznaczników wartości i było formą walki z Kościołem. Możliwość swobodnego mówienia o Kościele i promowania chrześcijańskich wartości w mediach (głównie kościelnych) pojawiła się dopiero w okresie transformacji ustrojowej i powstawania wolnego rynku mediów.

Wolny rynek mediów ustalił dwie formy aktywności w przestrzeni komunikacji społecznej – liberalną oraz społeczną odpowiedzialności. Do najważniejszych zasad prawnych systemu liberalnego należą: „zakaz wszelkiej cenzury prewencyjnej, zezwoleń i licencji na publikację oraz rozpowszechnianie przekazów, wolny dostęp do źródeł informacji przy użyciu legalnych metod, brak przymusu publikacji przekazów, niekaralność ataków na rząd, urzędy i partie polityczne, taka sama ochrona dla publikacji informacji fałszywych jak prawdziwych, wolność eksportu lub importu, nadawania lub odbierania wypowiedzi publicystycznych na skalę międzynarodową”³¹. Koncepcja liberalna opiera się na przekonaniu, że wolność należy do praw przyrodzonych (naturalnych), a człowiek jako istota racjonalna kieruje się rozumem i sam potrafi korzystać ze swego prawa do wolności. Dlatego też nie powinna istnieć żadna ingerencja zewnętrzna, zwłaszcza pochodząca od czynników rządzących, w procesy kształtowania się wolnych mediów. Według tej koncepcji do najważniejszych zadań mediów należy przede wszystkim kontrola władzy i obrona wolności. Model liberalny w mediach utrwalił się w Stanach Zjednoczonych, natomiast w Europie zwycięża tendencja do przyjęcia koncepcji społecznej

²⁹ Tamże, s. 21; M. Cebulska, *O niektórych sposobach dewaluacji wartości w systemie totalitarnym*, [w:] *Wartości – społeczeństwo – wychowanie: studia z pedagogiki społecznej*, red. F. Adamski, Kraków 1995, s. 33.

³⁰ M. Cebulska, *O niektórych sposobach dewaluacji wartości w systemie totalitarnym*, dz. cyt., s. 37.

³¹ B. Ociepka, *System propagandowy*, dz. cyt., s. 53.

odpowiedzialności mediów, która opiera się na założeniu, że media i dziennikarze są odpowiedzialni za skutki swojej działalności.

Koncepcja ta zrodziła się z krytyki systemu liberalnego, który w praktyce uniemożliwia konkurencję idei, zwłaszcza w dobie technologii cyfrowych, wzrostu kosztów produkcji telewizyjnej, konieczności inwestowania w drogie technologie oraz koncentracji kapitału w kilku dużych stacjach i w ponadnarodowych sieciach telewizyjnych. Wolność staje się bowiem wolnością dla wybranych, ponieważ prawdziwa władza na rynku medialnym skupiona została w rękach właścicieli wielkich imperiów telewizyjnych. Ponadto wolny, niekontrolowany rynek wymusza kontrowersyjną zasadę: *dobrze jest to, co się dobrze sprzedaje*. Tym samym wolny rynek, podstawa wolnej konkurencji i istotny element demokracji, wprowadza nowe rodzaje zniewolenia – podporządkowuje media celowi maksymalizacji zysków i czyni przekaz towarem, co unicestwia kulturotwórczą rolę mediów. W dalszej konsekwencji wolny rynek usuwa z życia niekomercyjne tematy, potrzeby i niekomercyjne dzieła³². W praktyce istnieje więc zasadnicza rozbieżność pomiędzy szlachetną ideą całkowitej wolności mediów a tym, jakie prawdziwe korzyści przynosi ona samym mediom i ludziom, którzy z nich korzystają. Model społecznej odpowiedzialności mediów jest próbą uzdrowienia sytuacji w komunikacji medialnej i określenia na nowo ich roli w życiu społecznym.

W modelu tym media powinny działać według społecznie zaakceptowanych zasad. Ich osią jest podjęcie przez media określonych obowiązków wobec społeczeństwa. Z ich przyjęcia wynika akceptacja w przekazach porządku formalno-programowego. W przekazach powinno się przede wszystkim unikać obrazów propagujących przemoc, przestępczość i zakłócenia porządku, respektować prawa mniejszości etnicznych i religijnych.

System medialny powinien cechować się pluralizmem i odpowiadać różnorodności społeczeństwa. Media powinny zapewnić dostęp różnym punktom widzenia oraz prawo do odpowiedzi. Podstawą do wypełnienia tych obowiązków jest wysoki poziom profesjonalizmu, dokładność, obiektywizm i wyważenie opinii. Społeczna odpowiedzialność mediów daje społeczeństwu prawo, aby domagać się praworządności³³.

Koncepcja odpowiedzialności zakłada konieczność sprawowania społecznej kontroli nad działalnością mediów, czym zdecydowanie różni się od modelu liberalnego, który sprzeciwia się jakiegokolwiek formie ingerencji. Jednakże instancja kontrolująca nie może być tu powiązana z polityką czy grupami interesów, preferowana jest natomiast tzw. samokontrola środowiska dziennikarskiego (np. ze strony stowarzyszeń dziennikarskich, samorządów itp.) oraz kontrola ze strony opinii społecznej.

W tej sytuacji media i dziennikarze – pisze M. Howiecki – nie mogą być wolni bezwzględnie, wolni od wszelkich ograniczeń. Obowiązują ich zasady nieszkodzenia innym, obrony interesu społecznego, praw osobistych, szanowania uczuć religijnych itd. Idea odpowiedzialności za słowo jest w tej koncepcji nierozdzielnie związana z wolnością słowa, wręcz

³² M. Howiecki, *Media, władza, świadomość społeczna*, dz. cyt., s. 52–53.

³³ Tamże; S. Weischenberg, *Journalistik, Band 1: Mediensysteme, Medienethik, Medieninstitutionen*, Opladen 1992, s. 90.

nie ma wolności bez odpowiedzialności, ale i odwrotnie – tylko niezależność dziennikarza pozwala mu być odpowiedzialnym³⁴.

Podstawowym kryterium tak rozumianej odpowiedzialności są: prawda, dobro społeczne i dobro jednostki, istotny jest także interes państwa jako całości (a nie – konkretnej władzy czy grup politycznych). Według tej koncepcji rola dziennikarza nie może się ograniczać tylko do rzetelnego informowania, jego powinnością związaną z misją, jaką pełni, jest również zaangażowanie po stronie wartości ogólnoludzkich³⁵.

Koncepcja społecznej odpowiedzialności mediów jest bliska tej wizji środków przekazu, którą prezentuje w swym nauczaniu Kościół. Respektowanie wartości chrześcijańskich w telewizji i innych mediach (zarówno kościelnych, jak publicznych i komercyjnych) jest możliwe tylko przy zagwarantowaniu wolności przekazu, wolności samych mediów, ale w atmosferze odpowiedzialności za treść tego przekazu i społecznej kontroli mediów. Społeczna kontrola mediów zabezpiecza bowiem przed uaktywnieniem się w sytuacji wolnego rynku koncepcji autorytarnych, czyli skierowania mediów w stronę służenia interesom np. grup politycznych, z lekceważeniem autentycznych potrzeb odbiorców, a także przed marginalizacją w przekazie świata wartości, najczęściej duchowych i religijnych. Kościół opowiada się więc za wprowadzeniem przejrzystych kryteriów ograniczających nadużywanie wolności mediów.

W orędziu na Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu (2003) Jan Paweł II zauważa potrzebę wewnętrznej kontroli mediów wychodzącej z samego środowiska ich pracowników. Jest ona w pewnej mierze ważniejsza od wszelkich zewnętrznych regulacji, jeśli opiera się na dobrze uformowanym sumieniu dziennikarzy. W tymże dokumencie papież podkreśla, iż „choć w interesie wspólnego dobra leży, by istniały pewne regulacje prawne środków przekazu, to ich kontrola ze strony władz państwowych jest rzeczą niewłaściwą. Reporterzy i komentatorzy są w szczególny sposób zobowiązani do postępowania zgodnie ze swym sumieniem i opierania się siłom nacisku, domagającym się od nich, by «przystosowali» prawdę do oczekiwań osób zamożnych bądź władzy politycznej»³⁶.

Istnieje również pilna potrzeba – zauważa Jan Paweł II – wypracowania praktycznych sposobów postępowania, dzięki którym słabsze warstwy społeczeństwa nie tylko uzyskają dostęp do informacji umożliwiający rozwój osobowy i społeczny, ale także będą mogły mieć rzeczywisty i odpowiedzialny wpływ na treści przekazywane przez środki przekazu oraz współtworzyć struktury i politykę programową komunikacji społecznej³⁷. W praktyce oznacza to przyjęcie przez środki przekazu idei służby jako podstawowego wyznacznika sensu i celu działania na polu komunikacji społecznej. Idea ta została wyraźnie zarysowana w nauce Soboru Watykańskiego II, zwłaszcza w refleksji dotyczącej powiązań pomiędzy wolnością mediów i obowiązkiem służby wobec społeczeństwa.

W soborowym dekrecie *Inter mirifica* wolność mediów rozpatrywana jest na trzech płaszczyznach służby wobec człowieka, które z kolei wyznaczają granice tej wolności. Pierwszą z nich stanowi informacja i dobro człowieka, drugą – przekaz i upowszechnianie

³⁴ M. Hłowiecki, *Media, władza, świadomość społeczna*, dz. cyt., s. 54.

³⁵ Tamże, s. 55.

³⁶ Jan Paweł II, Orędzie na XXXVII Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu 2003: *Środki społecznego przekazu*, 3.

³⁷ Tamże.

wiedzy, trzecia dotyczy sfery moralnej³⁸. W płaszczyźnie przekazu informacji granice wolności mediów wyznacza dobro samej informacji i dobro człowieka.

W społeczności ludzkiej istnieje więc prawo do informacji o tym, co ludzie, odpowiednio do warunków każdego z nich, powinni wiedzieć, czy to jako jednostki, czy jako społeczność. Właściwe jednak wypełnienie tego prawa zakłada, aby treść informacji była zawsze prawdziwa i pełna, z zachowaniem sprawiedliwości i miłości; poza tym, aby co do sposobu była godziwa i odpowiednia, to znaczy w pełni zgodna z zasadami moralnymi oraz słusznymi prawami i godnością człowieka tak przy zbieraniu wiadomości, jak i przy ich przekazywaniu. Nie każda bowiem wiadomość jest pożyteczna, natomiast miłość buduje (1 Kor 8, 1)³⁹.

Oznacza to, że przekaz nie może naruszać godności konkretnych osób, które są albo przedmiotem informacji, albo jej odbiorcami czy twórcami. Poza granicami wolności pozostaje informacja fałszywa zarówno co do swojego przedmiotu, jak i informacja naruszająca podstawowe prawa osoby, a tym samym jej godność⁴⁰.

W drugiej płaszczyźnie ustaleń soborowego dekretu jest mowa o przekazywaniu i upowszechnianiu wiedzy. Także i tutaj granicę stanowi dobro – dobro samej wiedzy i dobro człowieka, który jest jej odbiorcą.

W tym przypadku chodzi o rzeczywiste prawdy dotyczące człowieka, sensu jego życia, jego miejsca w świecie, określonych wartości itp. Muszą to być prawdy udokumentowane i sprawdzone. Dobro jako granica wolności w tej materii dotyczy także człowieka jako odbiorcy określonej wiedzy. Chodzi przede wszystkim o wiedzę, która ubogaca człowieka w zakresie jego poglądów i światopoglądu⁴¹.

Z kolei poza granicami wolności pozostaje wiedza, której celem jest manipulowanie człowiekiem i światem jego przekonania⁴².

Trzecia płaszczyzna tych analiz dotyczy moralności i kształtowania – poprzez przekazy medialne – hierarchii wartości moralnych. Dekret przypomina przejrzystą zasadę, która określa właściwy stosunek pomiędzy tzw. prawami sztuki a normami moralnymi.

Ponieważ coraz częstsze kontrowersje w tym zakresie wywodzą się nierzadko z fałszywych doktryn w dziedzinie etyki i estetyki, Sobór głosi prymat obiektywnego porządku moralnego, który bezwzględnie winien być uznany przez wszystkich. Przewyższa on bowiem wszystkie inne przypadki spraw ludzkich, choćby o wielkim znaczeniu – nie wyłączając sztuki – oraz należycie je w stosunku wzajemnym do siebie ustawia. Tylko porządek moralny obejmuje bowiem całą naturę człowieka, będącego rozumnym stworzeniem Bożym, powołanym do spraw wyższych. Jeśli porządek ten zostanie przez czło-

³⁸ H. Skorowski, *Wolność a środki społecznego przekazu*, [w:] *Religia a mass media*, red. W. Zdaniewicz, Ząbki 1997, s. 50.

³⁹ Sobór Watykański II, Dekret *Inter mirifica* [dalej: IM], 5.

⁴⁰ H. Skorowski, *Wolność a środki społecznego przekazu*, dz. cyt., s. 50–51.

⁴¹ Tamże, s. 52.

⁴² IM, 6.

wieka całkowicie i wiernie zachowany, doprowadzi go do osiągnięcia pełni doskonałości i szczęścia⁴³.

Idea służby dla dobra człowieka w odniesieniu do mediów oznacza więc wolę respektowania obiektywnych wartości moralnych na wszystkich etapach tworzenia i rozpowszechniania przekazów. Nie jest to kolejna forma cenzury, ale rozumne wyznaczenie granic wolności mediów, poza którymi pozostaje świat antywartości, demoralizacji człowieka i wszelkiego rodzaju destrukcyjnych wpływów. Respektowanie obiektywnych wartości moralnych w przekazie jest wyrażeniem szacunku dla godności osoby ludzkiej i jej praw. W świetle nauki Kościoła tylko tak kształtowany przekaz służy dobru człowieka, ubogaca go i sprzyja jego wszechstronnemu rozwojowi.

Nauczanie zawarte w instrukcji *Inter mirifica* zyskuje wyjaśnienie w tych punktach konstytucji *Gaudium et spes*, które mówią o autonomii kultury. Kościół uznając słuszną wolność⁴⁴ kultury ludzkiej, nie rezygnuje z ciężącego na nim obowiązku ostrzegania ludzi przez niebezpieczeństwami tego, co nazywane bywa antykulturą, a więc tego, co potocznie uważa się za wytwory kultury, a co obraca się przeciwko człowiekowi. Kościół czyni tak zawsze, a zwłaszcza dziś, kiedy tak niezwykle, wydawałoby się, osiągnięcia kultury ludzkiej, szczególnie w dziedzinie komunikacji medialnej, zagrażają nie tylko wolności ludzkiej, ale w ogóle jego człowieczeństwu. Kultura nie jest wartością absolutną i powinna zawsze i we wszystkich okolicznościach przede wszystkim służyć człowiekowi⁴⁵.

Kościół rozumie wolność mediów, stanowiących istotny element współczesnej kultury ludzkiej jako warunek realizacji podstawowego prawa człowieka do informacji i gwarancję dostępu wszystkich grup społecznych i związków wyznaniowych do przekazu medialnego, ale wolność ta nie może oznaczać absolutnej dowolności w sferze przekazu społecznego. Chrześcijańskie rozumienie wolności to wolność do i o d, mająca swój wewnętrzny i zewnętrzny wymiar, której istotą jest zawsze wybór dobra. Podstawą nauki Kościoła w dziedzinie mediów jest uznanie, że media niczego nie czynią samorzutnie – są instrumentami, narzędziami stosowanymi tak, jak ludzie chcą je stosować, zatem zagwarantowanie wolności mediów i granic tej wolności w obszarze przekazu jest określeniem zasad korzystania z dobrodziejstw mediów dla dobra człowieka. Chodzi również o odpowiedź na istotne pytania, które stawia nam 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?”⁴⁶.

Kształtowanie przekazu w mediach dokonuje się w wyniku nieustannych wyborów, a wszystkie te wybory mają swój ciężar etyczny i podlegają ocenie moralnej. Respektowanie wartości chrześcijańskich, możliwe w warunkach działania wolnych mediów, jawi się nie jako narzucanie wyboru, ale jako skuteczna pomoc w dokonywaniu wyborów

⁴³ Tamże.

⁴⁴ KDK, 59.

⁴⁵ Tamże, 61.

⁴⁶ Jan Paweł II, Encyklika *Redemptor hominis* [dalej: RH], 15; Papieska Rada ds. Środków Społecznego przekazu, *Etyka w środkach społecznego przekazu*, 4.

właściwych, służących dobru poszczególnych odbiorców i całego społeczeństwa. Kościół wnosi bowiem w rzeczywistość mediów wiele istotnych elementów, które okazują się pomocne w pracy nadawców i twórców przekazów. Bogatą listę tych elementów podaje dokument *Etyka w środkach społecznego przekazu*⁴⁷, powołując się przede wszystkim na nauczanie Jana Pawła II w tej dziedzinie. Kościół wnosi tu długą tradycję mądrości, zakorzenioną w Bożym Objawieniu i refleksji ludzkiej⁴⁸. Jej częścią jest znaczący 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 go przekonać o jego niezależności od wszelkiego prawa i od Boga⁴⁹. Tradycja ta – podkreślają autorzy *Etyki w środkach społecznego przekazu* – nie ma być jedynie instancją osądzającą, ale raczej pragnie służyć mediom.

Jan Paweł II w Orędziu na XXXIII Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu określił obszary, na których może dokonywać się owa pomoc (w wielu przypadkach może się to okazać wzajemną pomocą i polami współpracy). Na przykład „kultura p a m i ę c i, która jest kulturą Kościoła, może uchronić kulturę mediów, opartą na informacjach o przemijającym znaczeniu, od skłonności do zapominania, która niszczy nadzieję. [...] Kultura m ą d r o s c i – właściwa Kościołowi – może uchronić medialną kulturę informacji przed stanieniem się bezsensownym gromadzeniem faktów. [...] Kultura r a d o s c i, charakteryzująca Kościół, może przyczynić się do tego, że kultura r o z r y w k i w środkach przekazu nie stanie się bezduszną ucieczką od prawdy i odpowiedzialności”⁵⁰. Z drugiej strony środki przekazu mogą pomóc Kościołowi w głoszeniu Ewangelii, wplatając jej idee w treść codziennego przekazu, mogą wzmacniać czujność Kościoła na całokształt powstającej dziś nowej wiedzy, której są pierwszym przekazicielem. Ponadto media mogą pomóc Kościołowi lepiej zrozumieć, „jak porozumiewać się z ludźmi w sposób przekonujący, a nawet porywający”⁵¹. Przykłady te pokazują, jak wzajemna współpraca może dopomóc zarówno Kościołowi, jak i środkom przekazu lepiej służyć człowiekowi poszukującemu sensu życia i dróg samorealizacji.

Jan Paweł II w encyklice *Centesimus annus* podkreśla, że Kościół wnosi coś więcej niż tylko głębsze uzasadnienie działań podejmowanych na polu przekazu medialnego. Jego szczególnym wkładem w sprawę ludzką, w tym także i w dziedzinę przekazu społecznego, jest „takie rozumienie godności osoby ludzkiej, jakie w całej pełni objawia tajemnica Słowa Wcielonego”⁵². Jak stwierdza Sobór Watykański II: „Chrystus, nowy Adam, już w samym objawieniu tajemnicy Ojca i jego miłości objawia w pełni człowieka samemu człowiekowi i okazuje mu najwyższe jego powołanie”⁵³. Współpraca mediów z Kościołem winna się wyrażać przede wszystkim w otwarciu na tę bogatą rzeczywistość, jaką jest człowiek, ukazywany w nauce Kościoła w swej

⁴⁷ Papieska Rada ds. Środków Społecznego Przekazu, *Etyka w środkach społecznego przekazu*, 5.

⁴⁸ FR, 36–48.

⁴⁹ Jan Paweł II, Encyklika *Centesimus annus* [dalej: CA], 55.

⁵⁰ Jan Paweł II, *Środki społecznego przekazu cenną pomocą dla tych, którzy szukają Ojca*, „L'Osservatore Romano” 1999, nr 3, s. 10.

⁵¹ Tamże.

⁵² CA, 47.

⁵³ KDK, 22.

duchowo-materialnej pełni, ponieważ źródłem, podmiotem, racją i celem kultury ludzkiej, a więc i tej tworzonej w mediach, jest właśnie człowiek. W encyklice *Veritatis splendor* Jan Paweł II naucza, że Kościół broni tego, co „nieredukowalne” w człowieku⁵⁴, stąd Kościół nie może zgodzić się na redukcję wartości moralnych, na jakieś okrojenie człowieczeństwa, na takie posiadanie siebie i świata rzeczy, które niszczyłyby podstawy człowieczeństwa⁵⁵.

Wartości chrześcijańskie, które propaguje Kościół, nie są więc z perspektywy wzajemnej współpracy kwestią sporu, ale raczej bodźcem do twórczego wysiłku i budowania mostów, a także próbą eliminacji zagrożeń, które nieustannie towarzyszą działalności środków przekazu. Stają się również szansą, by w coraz większej mierze media były „przyjaznym towarzyszem wszystkich ludzi, dostarczając im wiadomości wzbogaconych pamięcią, informacji wzbogaconych mądrością i rozrywek wzbogaconych radością. Dzięki temu powstanie też świat, w którym Kościół i środki przekazu będą mogły współpracować dla dobra ludzkości”⁵⁶. Tak zarysowana współpraca jako warunek *sine qua non* zakłada odpowiedzialną wolność środków przekazu, przede wszystkim ich niezależność od czynników politycznych, ekonomicznych, grup interesów i doraźnych ideologii. Historia mediów, a zwłaszcza telewizji pokazuje bowiem, że tego typu uzależnienia eliminują ze szczególną determinacją sferę wartości duchowych i religijnych z treści przekazu, jak również wszystko to, co niekomercyjne w przekazie lub co nie służy utrwalaniu wartości, uznawanych przez ośrodki nacisku za szczególnie pożądane.

⁵⁴ Jan Paweł II, Encyklika *Veritatis splendor*, 88–105.

⁵⁵ Sprawą „tego, co nieredukowalne” w człowieku zajmował się Karol Wojtyła znacznie wcześniej. W jednym z jego artykułów można przeczytać: „Biorąc pod uwagę różne okoliczności realnego bytowania ludzi, trzeba stale pozostawiać w wysiłku poznawczym i twórczości kulturowej więcej miejsca dla tego, co nieredukowalne, trzeba mu dawać pewną przewagę w myśleniu o człowieku, w teorii i praktyce. «L'irreductible» oznacza bowiem także to wszystko, co w człowieku niewidzialne, co całkowicie wewnętrzne, a przez co każdy człowiek jest jakby naocznym świadkiem siebie samego, swojego człowieczeństwa, swojej osoby”. K. Wojtyła, *Podmiotowość i „to, co nieredukowalne” w człowieku*, „Ethos” 1988, nr 2–3, s. 25–26.

⁵⁶ Jan Paweł II, *Środki społecznego przekazu cenną pomocą dla tych, którzy szukają Ojca*, art. cyt., s. 10.