

cej krytyki liberalnej gospodarki. Arcybiskup Marx nie jest jednak wyłącznie jej krytykiem, gdyż przytaczane przykłady poddaje analizie pod względem skutków polityki ekonomicznej². Wszystkie zamieszczone wyżej opinie ukazują, że jest to wyjątkowa w dzisiejszych czasach książka.

Ks. Krzysztof Adamski
Instytut Teologii Moralnej KUL

Ks. Jan K u l i g. *Pośtannictwo twórców przekazu medialnego w świetle nauczania Jana Pawła II*. Lublin: Wydawnictwo KUL 2010 ss. 275.

Narastająca świadomość wagi mediów we współczesnym świecie rodzi się z doświadczenia ich wielorakiego wpływu na kształt życia miliardów ludzi. Media są dzisiaj nie tylko „czwartą władzą”, ale niekiedy przejmują zupełny „rząd dusz” i stają się podstawowym narzędziem formowania obrazu świata i przyjmowanych opinii. Traktowane jako elektroniczna niańka dla dzieci, źródło rozrywki i wiedzy dla młodzieży, a także wirtualny świat seriali oraz programów informacyjnych i rozrywkowych, w których odnajdują się starsi, media są dzisiaj podstawowym punktem odniesienia w kontakcie ze światem zewnętrznym. To poprzez media ludzie uczą się i bawią, zyskują informacje i urabiają swoje opinie. Ogromna podatność na manipulację staje się zagrożeniem dla milionów ludzi, którzy nastawieni na korzystanie z łatwo dostępnej kultury masowej, nie zdają sobie sprawy, że zaczynają żyć w sztucznie kreowanym świecie, w którym panują reguły niezgodne z ich światopoglądem chrześcijańskim.

Dlatego refleksja nad zagadnieniem odpowiedzialności za treść przekazu medialnego jest ważnym zadaniem teologii moralnej. Chodzi nie tylko o formowanie samych pracowników środków społecznej komunikacji, ale też o wychowywanie szerokich rzesz czytelników, słuchaczy i widzów do krytycznego i twórczego odbioru przekazu medialnego. Istotna jest już sama nazwa używana do określenia tej dziedziny. Jednostronnie rozumiana rzeczywistość mediów obejmujących prasę, radio i telewizję oraz Internet jest określana mianem środków przekazu. Zakłada to raczej monolog dziennikarzy i twórców, którzy wysyłają swe komunikaty do biernych odbiorców, gotowych do przyjęcia wszystkiego, co im się proponuje. Kościół, zwracając uwagę na konieczność twórczego i krytycznego korzystania z mediów, nazywa je środkami społecznej komunikacji, gdyż podkreśla się potrzebę prowadzenia spo-

² Por. <http://ekai.pl/wydarzenia/x23083/abp-marx-polemizuje-z-karolem-marksem>

łecznego dialogu, w której obie strony tegoż dialogu zachowują swoją tożsamość i odpowiedzialność za kształt życia społecznego.

Wydana w ramach serii „Lubelskie Studia Teologicznomoralne” Wydawnictwa KUL w Lublinie książka ks. Jana Kuliga, wykładowcy w Wyższym Seminarium Duchownym w Rzeszowie, zatytułowana *Posłannictwo twórców przekazu medialnego w świetle nauczania Jana Pawła II*, podejmuje zadanie prezentacji komunikacji medialnej w kontekście współczesnego znaczenia mediów w kulturze masowej. Zwracając uwagę na podmiotowy i przedmiotowy wymiar przekazu medialnego ks. Kulig podaje właściwą ocenę posłannictwa twórców przekazu medialnego oraz wskazuje kierunki działań, które należy podjąć w celu promowania prawdziwych wartości służących rozwojowi osoby.

Recenzowana książka opiera się na nauczaniu Jana Pawła II, który doskonale rozumiejąc znaczenie mediów we współczesnej kulturze, wielokrotnie wypowiadał się na temat posłannictwa osób pracujących w środkach społecznej komunikacji. Papieskie stwierdzenia nic nie straciły ze swej aktualności i ukazując złożoność problematyki zawierają pozytywne wskazania, jakie wartości winny wnosić środki społecznego komunikowania. Odpowiedzialność pracowników przekazu medialnego wynika z wezwania do świadczenia o swej wierze i dzielenia się orędziem zbawienia otrzymanym od Boga. Służenie prawdzie, dobru i pięknu jest podstawą posłannictwa dziennikarzy i redaktorów, którzy, jak każdy chrześcijanin, są odpowiedzialni za swoje i innych zbawienie.

Podjęta przez ks. Kuliga praca badawcza na ten temat zawiera wiele istotnych treści i opierając się na solidnych źródłach dochodzi do postawienia właściwych postulatów. Ks. Jan, podejmując temat posłannictwa twórców przekazu medialnego, zajął się zagadnieniem środków społecznego przekazu od strony osobowej i wskazał na rolę człowieka w nadawaniu i odbiorze komunikatu w ramach procesu komunikacji. Analizując szerokie nauczanie papieskie wydobyl z niego istotne wskazania i ukazał ich praktyczny charakter. Temat jest bardzo użyteczny i potrzebny. Jego sformułowanie wskazuje na całościowe ujęcie problemu i ujawnia personalistyczne potraktowanie zagadnienia.

W rozdziale pierwszym autor przedstawia współczesny kontekst komunikacji medialnej i ukazuje znaczenie mediów oraz płynące z nich zagrożenia. Media nie tylko dostarczają informacji i bawią, ale też kształtują opinię społeczną i podpowiadają sposób reagowania na wyzwania codzienności. Przez to rodzą się zagrożenia manipulacji oraz obniżania poziomu wrażliwości na dobro i zło. Nadmierne ekspozowanie zła i pogoń za skandalami, które się dobrze sprzedają, sprawia, że kreuje się negatywny obraz świata, w którym nie ma miejsca na dobro i bezinteresowność. Rozdział drugi poświęcony jest prezentacji podmiotowego wymiaru przekazu medialnego. Istotą rozważań zamieszczonych w tym rozdziale jest koncentracja na chrześcijańskiej wizji komunikacji pojętej jako proces międzyosobowego dialogu, w którym są zaangażowani zarówno twórcy, jak i odbiorcy. Całość procesu komunikacji dokonuje się na płaszczyźnie realizacji powołania do budowania relacji społecznych.

W rozdziale trzecim autor ujmuje przekaz medialny od strony przedmiotowej i zajmuje się narzędziami, którymi posługują się twórcy, dziennikarze i redaktorzy. Jest część pracy, która ukazuje elementy warsztatu dziennikarskiego i pomaga zrozu-

mieć sposób oddziaływania mediów na odbiorcę. Istotne jest wyliczenie poszczególnych etapów historycznego rozwoju środków przekazu informacji i wskazanie na ich możliwości perswazyjne oraz formacyjne. Poprzez media można wpływać na kształtowanie opinii publicznej i uczyć oraz dostarczać godziwej rozrywki. Można też niestety promować zło i szerzyć brak poszanowania dla wartości ludzkiego życia. Informacja, rozrywka i łączenie ludzi ma ogromną moc oddziaływania i dlatego jest konieczne stosowanie etycznych kryteriów w odpowiedzialnym posługiwaniu się mediami.

Rozdział czwarty ukazuje zadania mediów, które są postulowane w nauczaniu Jana Pawła II. Biorąc odpowiedzialność za wychowanie młodego pokolenia i kształtowanie odpowiedniego obrazu świata oraz relacji społecznych, twórcy przekazu medialnego winni głosić prawdę, troszczyć się o dobro i otwierać na prawdziwe piękno. Te zadania są możliwe do spełnienia pod warunkiem dobrze ukształtowanego sumienia twórców, którzy w swojej działalności wzniosą się ponad ambicje polityczne i dążenia do maksymalizacji zysku. Dysponując ogromnym narzędziem formacji osób twórcy mediów są wezwani do zachowania wrażliwości na wartości.

Ks. Kulig ukazał bogactwo nauczania papieskiego na temat mediów oraz precyzyjnie opisał adresatów owego przesłania, które jest skierowane nie tylko do twórców katolickich, ale do wszystkich ludzi dobrej woli. Papieskie słowa bazują bowiem na właściwej wizji osoby i wskazują na uniwersalne znaczenie prawdy o człowieku, która winna być podstawowym wyznacznikiem w ocenie działań mediów. Ks. Jan ma świadomość konieczności etycznego ujmowania posłannictwa twórców, które jest zakorzenione w łasce powołania Bożego. Świadomość własnej godności, odczytywanej z faktu stworzenia człowieka przez Boga i powołania do wiecznej komunii w niebie, nakłada na twórców chrześcijańskich konieczność uwzględniania wymiaru transcendentnego i religijnego w przekazywanych programach.

W książce znajduje się wiele informacji na temat specyfiki pracy twórców oraz został podany zarys historii komunikacji medialnej. Autor, sięgając do nauczania Kościoła, ukazuje je na tle rozważań medioznawczych i rysuje spójny obraz etyki pracowników mediów publicznych i prywatnych. Analizując motywy podejmowania pracy w mediach, przeciwstawia pogoni za pieniędzmi i sławą konieczność głębokiego rozumienia misji twórcy nadanej mu przez Boga.

Aktualny i ważny temat rozprawy, zasadnie postawiony problem badawczy i właściwie ujęty przedmiot materialny oraz formalny badanego zagadnienia czynią pracę ks. Jana Kuliga znaczącym osiągnięciem naukowym i popularyzatorskim godnym polecenia nie tylko pracownikom mediów, ale też szerokiemu gronu czytelników, którzy na co dzień stykają się z owocami pracy dziennikarzy i redaktorów. Potrzeba głębokiej formacji do odpowiedzialnego korzystania ze środków społecznej komunikacji znajduje w niniejszej książce dobre wsparcie pomagające właściwie ocenić i wykorzystać treści oraz metody stosowane we współczesnych mediach.

*Andrzej Derdziuk OFMCap
Instytut Teologii Moralnej KUL*