

Dzień Społeczny Akcji Katolickiej Diecezji Tarnowskiej.

„Katolicy i media”

Organizator: Instytut Akcji Katolickiej Diecezji Tarnowskiej

Termin: 16.09.2011.

Miejsce: Diecezjalny Dom Rekolekcyjny ARKA w Gródku nad Dunajcem

Autor referatu: Józef Trytek, Parafialny Oddział Akcji Katolickiej w Radłowie

Ludzie w Polsce deklarujący przynależność do Chrystusa mają o mediach zdania różne, najczęściej są to poglądy skrajne. Z jednej strony słychać głosy mówiące o ogromnym znaczeniu mediów w procesie ewangelizacji, a z drugiej słowa przypisujące mediom wszelkie możliwe zło tego świata. Między tymi skrajnymi poglądami kryje się prawda o współczesnych mediach i ich roli w życiu ludzi wierzących w Boga tu i teraz. Niniejszy tekst jest próbą zbliżenia się do tej prawdy.

1. Na początku było słowo

Mówiąc słowo media myślimy o współczesnych środkach komunikacji międzyludzkiej o szerokim zasięgu, a więc przede wszystkim o telewizji, radiu, prasie i Internecie, ale również o książce, filmie, telefonie komórkowym oraz innych przekaznikach słowa, dźwięku i obrazu. Jeszcze na początku XX wieku nie było pojęcia mass media w dzisiejszym rozumieniu- wystarczało pojęcie prasy, idąc wstecz dojdziemy do zarania dziejów, gdzie we wspólnotach plemiennych jedynym środkiem komunikacji było słowo przekazywane z pokolenia na pokolenie. „Na początku było Słowo, a Słowo było u Boga, i Bogiem było Słowo. Ono było na początku u Boga. Wszystko przez Nie się stało, a bez Niego nic się nie stało, co się stało” tym zdaniem Św. Jan rozpoczyna swoją Ewangelię. Dalej zaś Autor Natchniony pisze „Na świecie było [Słowo], a świat stał się przez Nie, lecz świat Go nie poznał. A Słowo stało się ciałem i zamieszkało wśród nas.” Historia Stworzenia i Historia Zbawienia ma swój początek w epoce oralnej, gdzie jedynym nośnikiem informacji było słowo przekazywane z ust do ust i z pokolenia na pokolenia. W epoce oralnej, zanim wymyślono pismo, zarówno zdobytą wiedzę jak i całą sferę życia duchowego przekazywano za pomocą słowa wypowiedzianego. Ten sposób komunikacji miał rzecz jasna wiele wad, ale i nie mało zalet. Dostęp do wiedzy nie był powszechny, posiadali ją jedynie mędrcy, którzy mieli swoich uczniów. Mędrcy owi byli jednocześnie duchowymi przywódcami, bowiem u zarania, nauka, religia i prawo stanowiło całość. Liczne wojny, choroby, epidemie sprawiały,

że postęp w rozwoju społecznym był często zachwiany. Gdy nagle umierał mędrzec zabierał ze sobą do grobu całą swoją mądrość i dla pozostających przy życiu została ona bezpowrotnie utracona. Radą na to było utrwalenie myśli za pomocą znaków, symboli. Tak narodziło się pismo i rozpoczęła się nowa epoka w komunikacji społecznej- epoka manuskryptów. Jest znamienym faktem, że zarówno Sokrates, który jest ojcem wszystkich filozofów, a szerzej naszej cywilizacji, jak i Jezus Chrystus, który dla ludzi wierzących jest Bogiem i Zbawicielem nie zapisali żadnej swojej myśli. A przecież w czasach Sokratesa pismo było znane i powszechnie używane, a tym bardziej 4 wieki później w czasach Jezusa. Zarówno Jezus jak i Sokrates najprawdopodobniej posiadali umiejętność pisania i czytania, a nawet gdyby tak nie było, to wśród ich uczniów nie brakowało ludzi piśmiennych. Aby zrozumieć ten paradoks popatrzmy na drugą stronę medalu jaki stanowi wynalazek pisma. W oralnej kulturze Grecji i Palestyny tylko żywe słowo uznawano za przekonywujące i rozwijające duchowo. Pismo wydawało się wynalazkiem mechanicznym i bezosobowym. Stąd Platon w dialogu *Fajdros* zamieszcza przypowieść o królu Tamuzie, który gościł boga Teuta, wynalazcę pisma, liczb oraz rachunków. Teut zachwalał swe wynalazki Tamuzowi, twierdząc, że wszyscy powinni się nauczyć ich używać *“... ta nauka uczyni Egipcjan mądrzejszymi i sprawniejszymi w pamiętaniu; wynalazek ten jest lekarstwem na pamięć i mądrość.*

A król na to odpowiedział: *Teucie, mistrzu najdoskonalszy, jesteś ojcem liter, zatem przez dobre serce dla nich przypisałeś im wartość wprost przeciwną tej, którą one posiadają naprawdę. Ten wynalazek niepamięć w duszach ludzkich posieje, bo człowiek który się tego wyuczy, przestanie ćwiczyć pamięć zaufa pismu i będzie sobie przypominał wszystko z zewnątrz, a nie z własnego wnętrza, z siebie samego. Więc to nie jest lekarstwo na pamięć, tylko środek na przypomnienie sobie. Uczniom swoim dasz tylko pozór mądrości, a nie mądrość prawdziwą”.*

O ile Jezus i Sokrates nie spisywali swoich myśli to ich uczniowie taką czynność za nich poniekąd wykonali. Zarówno bowiem Platon w pięknych dialogach nauki Sokratesa potomnym przekazał, jak również Święty Jan Ewangelista i Święty Marek, którzy słuchali nauczania Jezusa, pod natchnieniem Ducha Świętego, Dobrą Nowinę potomnym zapisali, podobnie zresztą jak dwaj pozostali ewangelisci Łukasz i Mateusz, choć Ci najprawdopodobniej znali ją z ustnego przekazu. W epoce manuskryptów wiedza, prawo, dogmaty wiary były znane nielicznym – Uczonym w Piśmie; wszyscy pozostali, którzy byli niepiśmienni żyli poniekąd nadal w epoce oralnej, wiedzę i normy życia społecznego czerpiąc z ustnego przekazu i w ten sam sposób przekazując innym. Tak było aż do połowy XV wieku,

kiedy to złotnik z Moguncji niejaki Johannes Gutenberg dokonał wynalazku druku. Pierwszym wielkim dziełem drukarskim była wydana w 1453 roku dwutomowa 42-wierszowa Biblia, miała ona 1286 stron. Druk jej zajął Gutenbergowi i jego sześciu czeladnikom aż trzy lata, bowiem trzeba było ją złożyć z 3 milionów czcionek. Pierwszy nakład wynosił 200 egzemplarzy. Pierwsza drukowana Biblia kosztowała 50 guldenów, podczas gdy ręcznie przepisywana wymagała zapłacenia co najmniej 500 guldenów. Wynalazek druku okazał się krokiem milowym w rozwoju ludzkiej cywilizacji, ale również stworzył liczne nie znane do tej pory zagrożenia. Druk Świętej Księgi Chrześcijan miał niewątpliwie dodatni wpływ na szczerzenie słowa Bożego, ale wkrótce okazał się że rodzące się jak grzyby po deszczu drukarnie w całej Europie drukują teksty heretyckie, niemoralne, zbójckie. Z druku skorzystał Marcin Luter, który wydrukowane broszury, skierowane przeciw papieżowi, rozsyłał po całej Europie. Drukowane słowo i obraz do celów propagandowych po raz pierwszy na szeroką skalę użył cesarz niemiecki Maksymilian I, w ten sposób promując dynastię Habsburgów. Sobór Trydencki w 1545 roku po 18 latach deliberacji postanowił użyć słowa drukowanego do promocji katolicyzmu przeciw szerzącej się reformacji. W tym celu zalecił druk 40 tys mszałów i brewiarzy. Tak rozpoczęła się epoka słowa drukowanego królowała nieprzerwanie do końca XIX wieku. Udoskonalone prasy drukarskie dawały możliwość drukowanie pism periodycznych, które na bieżąco relacjonowały wydarzenia, sprawiając, że czas i przestrzeń zaczął się kurczyć. Druk przyspieszył rzecz jasna rozwój nauki oraz jej upowszechnienie. Na przełomie XIX i XX wieku skonstruowano wiele urządzeń, które wkrótce zdołały przełamać monopol druku jako środka powszechnej komunikacji. Najważniejsze to: konstrukcja aparatu fotograficznego przez Georga Eastmana, a później narodziny kina za sprawą Braci Lumiere oraz wynalazek telegrafu przez Samuela Morsa i radia przez Marconiego. Wynalazki te zrewolucjonizowały sposób gromadzenia i przekazywania informacji. W wiek XX wkraczała ludzkość z nowymi nieznanymi dotąd możliwościami komunikacji, ale i również z wielkimi zagrożeniami. Narodzenie dwóch zbrodniczych ideologii jakim był faszyzm Hitlera i komunizm Lenina i Stalina nie byłoby możliwe bez radia i bez kina, tak przynajmniej twierdzi kanadyjski socjolog i wizjoner Herbert Marshall McLuhan. Po II wojnie światowej upowszechnienie przekazu telewizyjnego, a pod koniec XX wieku światowy bum Internetu i telefonii komórkowej sprawił, że dziś świat stał się naprawdę 'globalną wioską', w której wszystko wydaje się być sterowane i kontrolowane przez bliżej nie określony ośrodek decyzyjny. Dla ludzi żyjących tu i teraz, a w szczególności dla ludzi wierzących niezmiernie ważnym wydaje

się pytanie jak żyć pod naporem tylu często sprzecznych ze sobą informacji. Komu zaufać a w stosunku do kogo zachować daleko idący sceptycyzm?

2. Media i my

Żyjemy w czasach, w których media, jak nigdy dotąd, przenikają całe nasze życie. Jesteśmy społeczeństwem medialnym. Nie potrafimy żyć pracować i normalnie funkcjonować bez telefonu, radia, telewizji, prasy, a wielu wypadkach i bez Internetu. Nasze zmysły bombardowane są codziennie obrazem i tekstem w postaci reklam, billboardów. Media dziś stały się naturalnym środowiskiem życia człowieka. I choć wielu być może tego nie zauważa, a nawet sądzi z całą stanowczością, że ich to akurat nie dotyczy, to niestety jest w wielkim błędzie. Według McLuhana – tak jak ryba nie dostrzega wody, tak człowiek dzisiejszy nie zdaje sobie sprawy w jakim stopniu jest uzależniony od przekazu medialnego. Swój dzień powszedni zazwyczaj zaczyna nie jak dawniej od modlitwy, lecz od włączenia radia, i kończy nie modlitwą wieczorną, ale wyłączeniem telewizora lub komputera. Przyzwyczajenie jest drugą naturą człowieka, powiada przysłowie, dlatego nie odczuwamy sztuczności komunikatu SMS, czy też informacji mejlowej, przysłanej przez maszynę, a nie człowieka. Miliony ludzi siedzących przed telewizorami i oglądających te same programy informacyjne, publicystyczne telenowele i talk-showy przeplatane nachalną reklamą poddawanych jest manipulacji i tzw. „praniu mózgu”. Jest to wtórny efekt tzw. globalizacji. Pisał o tym niebezpiecznym zjawisku w swojej pracy habilitacyjnej ks prof. Ireneusz Stolarczyk – wieloletni asystent tarnowskiego DIAK-u w ten oto sposób: *„Coraz trudniej dokonać ambitnego wyboru, gdy filmy, wysokonakładowa prasa czy radio przedkładają prymitywną hierarchię wartości, sensację, plotki i zaskakujące wypowiedzi znanych i mało znanych osób ponad treści służące integralnemu rozwojowi i odpowiadające ludzkiej godności. (...) Zniewolony pseudo-dobrami konsument wybiera źle, działając na własną szkodę. To swoista dezorientacja woli w myśleniu i działaniu, a więc w poznaniu prawdy i dojrzałym wyborze dobra. Przypomina to postawę spacerowicza, któremu pokazuje się to co jest do pokazania prowadząc za rękę tam gdzie się go chce zaprowadzić”*.

Zdarza się również bardzo często, że prawie wszystkie media jako całość kreują określoną rzeczywistość, sprawiając wrażenie, że to co przedstawiają jest prawdą absolutną. Żywym przykładem w jakim stopniu media mogą manipulować opinią publiczną była prezentacja osoby tragicznie zmarłego prezydenta RP Lecha Kaczyńskiego przed i po katastrofie lotniczej pod Smoleńskiem. Do 10 kwietnia 2010 roku telewizja radio i prasa ukazywała Lecha Kaczyńskiego jako człowieka w każdym wymiarze negatywnego.

Wystarczyło zaledwie kilka godzin po katastrofie, a oczom widzów, słuchaczy i czytelników ukazał się obraz męża stanu, troskliwego ojca, męża, dobrego człowieka, sprawnego polityka. Przykładów takich można mnożyć. To, że media masowe wpływają na sposób myślenia i kształtują postawy społeczne nie stoi w sprzeczności z tym, iż poszczególni ludzie, a nawet grupy osób, mogą próbować w przestrzeni medialnej znaleźć dla siebie obszar wolny od manipulacji. Dla ludzi wierzących w Polsce przeciwwagą dla mediów masowych, w tym wypadku publicznych i komercyjnych, są media katolickie. Niestety media te wypełniają zbyt mały obszar przestrzeni medialnej, a nadmiar złego same w sobie kryją wiele słabości i kompleksów.

3. Media katolickie w Polsce wczoraj i dziś.

Od samego na początku gdy pojawiły się środki przekazu o charakterze masowym, Kościół w naturalny sposób starał się je wykorzystać dla pełnionej przez siebie misji. Jako przykład wymienić można Radio Watykańskie, które powstało zaledwie w kilka lat po wynalazku Marconiego. Zresztą sam Marconi został przez Ojca Świętego poproszony o tworzenie watykańskiej rozgłośni. Najsilniejszy rozwój mediów katolickich w Europie przypadł na okres dwudziestolecia międzywojennego. Rozwijała się wówczas świetnie prasa katolicka, powstawały też pierwsze nowoczesne i doskonale wyposażone agencje informacji katolickiej. W Polsce, według *Informatora Kościoła Katolickiego 1936/37*, wydawano wówczas 199 czasopism katolickich o łącznym nakładzie 2,4 mln egzemplarzy. Stanowiło to niemal 27% polskiego czasopiśmiennictwa. Tak więc co czwarta sprzedawana w kiosku gazeta była w tym okresie gazetą katolicką. Okres wojny i powojennych komunistycznych represji skutecznie zahamował nie tylko rozwój, ale i obecność mediów katolickich w przestrzeni publicznej. Pisma, na których istnienie zgadzali się komuniści, wychodziły w bardzo ograniczonych nakładach; w praktyce były dostępne dla wąskich elit. Polski masowy czytelnik – przez dziesięciolecia – faktycznie został odzwyczajony od sięgania po prasę religijną. Redakcje takich czasopism jak: *Tygodnik Powszechny*, *Znak* czy *Więź* były nieustannie inwigilowane przez SB, przy pomocy jej agentów. Mimo tego czasopisma katolickie w czasach PRL odegrały znaczącą rolę w tworzeniu najpierw demokratycznej opozycji, a następnie „Solidarności”. Entuzjastą wykorzystania mediów do celów ewangelizacyjnych był Papież Jan Paweł II. Za pośrednictwem radia i telewizji, które zwielokrotniły skuteczność jego apostolskiego pielgrzymowania, naprawdę dotarł do niemal wszystkich części świata. Sam o telewizji mówił tak : *«Telewizja to wspaniała instytucja! W tej chwili, będąc w Rzymie, w tej*

auli, widzę kościół św. Anny w Krakowie, który bardzo dobrze znam... widzę studentów, którzy mają dziś innego kardynała, i jego też widzę dzięki telewizji. Więc obydwaj możemy powiedzieć: ta telewizja to wspaniała instytucja! Dzięki telewizji widzimy również młodzież z Krakowa, która też klaszcze». Gdy w wielu językach wygłaszał pozdrowienia, kiedy w ponad 60 językach składał życzenia na Boże Narodzenie lub Wielkanoc, mieliśmy nieodparte wrażenie, że dzięki przekazowi elektronicznemu nawiązuje łączność duchową z całą rodziną narodów. Obecny Papież kontynuuje dzieło swego poprzednika w misji ewangelizacyjnej z wykorzystaniem środków masowej komunikacji, zwracając się jako autorytet do społeczności międzynarodowej, szerząc niestrudzenie swoje nauczanie o dialogu, sprawiedliwości i pokoju. Jan Paweł II rozumiał siłę mediów i to zarówno jej walory pozytywne jak i moc destrukcyjną. Dlatego też sprawom związanych z przekazem medialnym, jak i ludziom mediów, poświęcał wiele uwagi i troski. W jednym ze swych przemówień stwierdził, że *«kolumny gazet, mikrofony radiowe i telewizyjne kamery są amboną, z której współczesne społeczeństwo czerpie wiele dla swych moralnych i duchowych postaw».* Tłumaczył, że Kościół musi być obecny na tej *«nowej ambonie (...) z własnymi gazetami i czasopismami, z własnymi stacjami i programami radiowo-telewizyjnymi, z własnym głosem — głosem prawdy i miłości»* Niestety po przemianach ustrojowych w Polsce po roku 1989 r. wcale nie nastąpił masowy wzrost czytelnictwa prasy katolickiej, jak by się można tego było spodziewać. Wpływ na taki stan rzeczy miało wiele czynników. Przede wszystkim postkomuniści, którzy z dnia na dzień przekształcili się w liberałów mieli odpowiedni kapitał, aby opanować rynek medialny. Próby stworzenia silnych mediów katolickich nie powiodły się z różnych względów. Nie mniej jednak pewną winę ponosi za to także sam Kościół w Polsce – i to zarówno hierarcha jak i laikat. Dziś pod względem czytelnictwa prasy katolickiej pozostajemy w dalekim ogonie nawet za zlaicyzowanymi krajami zachodniej Europy. O ile w Niemczech sumaryczny nakład prasy katolickiej wynosi ok 9 mln egzemplarzy, a we Francji 5 mln, to w katolickiej Polsce osiąga on poziom zaledwie ok. 2 mln (łącznie nakład prasy katolickiej stanowi ok. 3% czasopism wydawanych w naszym kraju). Najbardziej znane tygodniki katolickie: *Gość Niedzielny, Niedziela* – nie odbiegają swym poziomem merytorycznym i graficznym od swych zagranicznych odpowiedników, a mimo to w katolickiej Polsce nie osiągają odpowiednio wysokich nakładów. Podobnie sprawa przedstawia się w dziedzinie radiofonii katolickiej. Choć bowiem, niemal każda polska diecezja – za cenę olbrzymiego nakładu sił i środków – ma własną rozgłośnię radiową, to ich słuchalność jest zaledwie kilkuprocentowa, a niekiedy mieści się w granicach tzw. błędu statystycznego. Sytuację ratuje nieco obecność Radia Maryja, które ma pokaźną (około 3

mln) grupę stałych słuchaczy. Jeżeli chodzi o telewizję to poza telewizją Trwam, która jest raczej radiem z wizją niż telewizją w sensie ścisłym jedynie, TV Religia jest telewizją o profilu religijnym. Nadająca programy od 2007 TV Religia jest najchętniej oglądana przez widzów w wieku 30–55 lat. Obecnie kanał swym zasięgiem technicznym dociera do 8,3 mln widzów. We wrześniu 2010 uruchomiono stronę internetową religia.tv. Od kwietnia 2011 r. kanał dołączył do oferty cyfrowego Polsatu. Dane te w konfrontacji z programami laickimi wypadają więcej niż blado. Telewizja publiczna w gruncie rzeczy jest silnie laicka, a nawet śmiem twierdzić, że antykościelna i niewiele w tym względzie różni się od telewizji komercyjnej. Najnowocześniejsze i najwszechstronniejsze mass medium jakim jest obecnie Internet również wykorzystywany jest jako narzędzie w procesie ewangelizacji praktycznie każda parafia ma swoją stronę internetową. Strony posiadają rzecz jasna diecezje zgromadzenia zakonne, sanktuaria instytucje i stowarzyszenia katolickie. Najpopularniejszym portalem internetowym istniejącym od 1999 roku jest Opoka. W rankingu popularności strona ta plasuje się w drugiej dziesiątce najczęściej odwiedzanych przez internautów stron. Nie jest to pozycja zbyt wysoka zważywszy, że w sieci internetowej aż roi się od stron i portali wrogich Kościołowi lub zawierających treści niezgodne z duchem Ewangelii. Jeżeli chodzi o książkę katolicką to istnieje wiele wydawnictw katolickich diecezjalnych, zakonnych, w naszej Tarnowskiej Diecezji funkcjonuje wydawnictwo Biblos. Nie brakuje podręczników uniwersyteckich ani wydawnictw albumowych. Gorzej jest natomiast z beletrystyką. Szkopuł jednak tkwi w tym iż Polacy czytają bardzo mało. Dane statystyczne w tym względzie są zatrważające i dotyczy to książek z wysokich niemal dziedzin. Jeden z najwybitniejszych poetów katolickich ostatnich czasów ks. Jan Twardowski mówił że więcej ludzi pisze wiersze niż je czyta. To oczywiście żart, choć zapewne jest i w tym wiele racji. Wiele bowiem książek, pięknie wydanych, które zostały kupione lub otrzymane w prezencie nigdy nie zostało przeczytanych. I z pewnością są wśród nich nie tylko wiersze ks. Twardowskiego ale i książki Jana Pawła II. Reasumując w obecnie w Polsce- kraju katolickim, gdzie ponad połowa mieszkańców nie tylko deklaruje przynależność do Kościoła Katolickiego, ale czynnie uczestniczy w jego życiu czego widowym znakiem jest udział w niedzielnej Mszy Św., media katolickie wypełniają zaledwie niszę przestrzeni społecznej komunikacji. Jest to bardzo smutne, że w ojczyźnie Jana Pawła II, który jak mało który papież był człowiekiem mediów, rozumiał je znał ich siłę i potrafił je wykorzystać perfekcyjnie w dziele ewangelizacji, Kościół w wymiarze medialnym dał się zepchnąć do tak głębokiej niszy. To niewątpliwie efekt krótkowzroczności wszystkich tych, którzy manifestując swoją katolickość tworzyli po roku 1989 polską rzeczywistość społeczną i polityczną.

4.Próba krytycznego spojrzenia na polską rzeczywistość medialną w wymiarze mediów katolickich .

W nowoczesnym państwie media, nazywane często czwartą władzą mają do odegrania niebagatelna rolę. Przede wszystkim powinny dostarczać rzetelnych informacji o wydarzeniach politycznych w kraju i na świecie. Ujawniać wszelkie patologie życia społecznego – afery, korupcje itp. Propagować kulturę, dostarczać rozrywki itp. Stać na gruncie poszanowania wartości, w tym godności człowieka. Niestety obecnie w naszej Ojczyźnie wyżej wymienionych funkcji media nie spełniają lub spełniają je jedynie częściowo, dotyczy to niestety także mediów katolickich. Od lat władza publiczna wykazuje nieodpartą wolę zawłaszczania i kontrolowania przestrzeni medialnej. Dzieje się tak od najniższego szczebla czyli samorządu gminnego, poprzez powiat, województwo, aż do władz centralnych. Na szczeblu lokalnym prasa wydawana przez gminne ośrodki kultury jest zazwyczaj tubą propagandową lokalnych władz, jest to najczęściej nachalna i bezczelna propaganda kreująca lokalnych kacyków na mężów stanu. Zero wrażliwości na problemy ludzkie, których przecież nie brakuje, zero troski o dobro wspólne. Propaganda sukcesu czasów gierkowskich „to pryszcz” przy tym co można przeczytać i zobaczyć w periodykach gminnych czy też powiatowych. Na każdej stronie ta sama gęba wójta, burmistrza, czy starosty. Raz zatroskany, to znów uśmiechnięty, frasobliwy albo rozpromieniony, bo znowu udało mu się „złupić unijną kasę”. Na szczeblu centralnym jest identycznie z tym, że z oddali mniej widoczny jest ten cały propagandowy blichtr. Zatem media w przestrzeni publicznej miast informować ludzi prowadzą dezinformację. Zamiast walczyć ze zjawiskami patologicznymi w sferach władzy publicznej tą patologią sankcjonują. Podobnie ma się rzecz z promocją kultury. Władze lokalne lekką ręką wydają niebagatelne sumy na organizację różnego rodzaju „świąt” typu „Święto Grzyba”, „Święto Fasoli”, „Święto Bobu, Ogórka, Karpia i Bóg wie czego. Nie jestem bynajmniej przeciwnikiem propagowaniu pewnych form kultury jarmarcznej, choć uważam że władze lokalne winny wspierać twórców lokalnych, a nie zapraszać pseudo gwiazdy show-biznesu. Razi mnie natomiast nazywanie świętem tego co ze świętością i świętowaniem nie ma nic wspólnego. Słowo Święto ma znak zastrzeżony, w kalendarzu mamy dostateczna ilość świąt uświęconych tradycją i tworzenie nowych wymyślonych przez domorosłych onomastów jest nie tyle rzeczą śmieszną co odrażającą. Ze zgrozą czytam niekiedy informację, że patronat medialny nad takim pseudo-świętem objęło lokalne radio katolickie lub redakcja czasopisma. Sprawa wydawać by się mogła błaha, ale

niestety tak nie jest. Bo skoro tak łatwo święto stworzyć, to w przyszłości pojawi się również pokusa, aby święto zlikwidować. Pokazuje to praktyka państw zachodnich, które były niegdyś państwami bardzo katolickimi, a dziś tam nie wolno mówić dzieciom o Św. Mikołaju, a z tradycji Świąt Bożego Narodzenia wyrzucono dzieciątko Jezus wraz ze szopką. Eliminacja symboli, słów, znaków chrześcijańskich z przestrzeni publicznej i zastępowanie ich symbolami pogańskimi jest procesem długofalowym, ale konsekwentnie realizowanym przez wrogów Kościoła. Kto tego nie widzi jest ślepy!

Zawłaszczanie mediów, w tym mediów katolickich, przez władze publiczną, wykorzystywanie jej do swych celów z ewangelizacją nie mających nic wspólnego jest znaną praktyką. Docelowo chodzi o zniszczenie tych mediów, a po drodze namieszanie w głowach ludziom wierzącym. Jaskrawym tego przykładem jest założony przez kardynała Sapięę 1945r Tygodnik Powszechny- katolickie pismo społeczno-kulturalne. W czasach komunistycznych wyrażający poglądy inteligencji katolickiej, po 1989 roku zawłaszczony przez jedną partię Unię Wolności; z czasem stracił asystenturę kościelną, a potem także wiernych czytelników. Bolał nad tym Jan Paweł II który w liście do naczelnego redaktora Tygodnika Powszechnego Jerzego Turowicza napisał te oto słowa: *Rok 1989 przyniósł w Polsce głębokie zmiany związane z upadkiem systemu komunistycznego. Odzyskanie wolności zbiegło się paradoksalnie ze wzmożonym atakiem sił lewicy laickiej i ugrupowań liberalnych na Kościół, na Episkopat, a także na Papieża. Wyczulem to zwłaszcza w kontekście moich ostatnich odwiedzin w Polsce w roku 1991. Chodziło o to, aby zatrzeć w pamięci społeczeństwa to, czym był Kościół w życiu Narodu na przestrzeni minionych lat. Mnożyły się oskarżenia czy pomówienia o klerikalizm, o rzekomą chęć rządzenia Polską ze strony Kościoła czy też o hamowanie emancypacji politycznej polskiego społeczeństwa. Pan daruje, jeżeli powiem, iż oddziaływanie tych wpływów odczuwało się jakoś także w 'Tygodniku Powszechnym'. W tym trudnym momencie Kościół w 'Tygodniku' nie znalazł, niestety, takiego wsparcia i obrony, jakiego miał poniekąd oczekiwać: 'nie czuł się dość miłowany'. Te gorzkie słowa Papieża- Polaka winni wziąć sobie do serca także i ci, którzy dziś funkcjonują w wymiarze mediów katolickich. Bowiem to co definiuje katolickość mediów to wierność Chrystusowi i Ewangelii. Nie asystencją kościelną, nie sympatią takiej czy innej opcji politycznej, nawet nie poparcie danego biskupa czy grupy biskupów, ale właśnie wierność Chrystusowi. W takim rozumieniu nie przymiotnik decyduje, które media są katolickie, a które nimi nie są, ale to czy niosą przesłanie zgodne z nauką Chrystusową. Dla przykładu jeśli redaktor Józefa Hennelowa na łamach Tygodnika Powszechnego broni prawa kobiet do aborcji, bowiem jest zdaniem nie można żądać od nikogo heroizmu, to daje świadectwo tego,*

że nauka Chrystusa jest jej całkowicie obca - bo miłość właśnie wymaga heroizmu! W tym wymiarze Tygodnik Powszechny katolickim być nie może. To samo dotyczy cieszącego się spora liczbą słuchaczy „Radia Maryja”. Gdy głosi przesłanie całkiem przeciwne do pokornego fiat Maryi wtedy staje się rozgłośnia ojca Rydzyka, a nie radiem Matki Kościoła. Dla publicystów świeckich, każdy rozdźwięk w łonie Kościele jest chwytliwym tematem medialnym. To prawda, że z komunizmu Kościół w Polsce wyszedł bardzo poraniony, i rany te do dziś niestety krwawią. Ale w Polsce nie ma kościoła toruńskiego i kościoła łagiewnickiego jakby chciał tego Jan Maria Rokita. Nie ma też kościoła wadowickiego i pierońskiego. Jest natomiast ojciec Rydzyk i biskup Pieronek. Kościół był jest i pozostanie zawsze jeden - Chrystusowy; innego kościoła być nie może. Są jednak ludzie w Kościele wraz ze swoimi słabościami, przywarami i grzechami. Ich kompleksy, frustracje, urażone ambicje, sprawiają, że chcą za wszelką cenę zaistnieć w przestrzeni publicznej; w tym aspekcie życia społecznego nie różnią się wcale od ludzi świeckich z Kościołem nie związanych. W ostatnich latach w przestrzeni medialnej zaczął funkcjonować nowy termin: celebryta. Odnosi się on do osoby często występującej w środkach masowego przekazu, najczęściej są to aktorzy, piosenkarki, uczestnicy reality show, sportowcy wreszcie sami dziennikarze- i właśnie o nich słów kilka chce powiedzieć.

5. Medialni celebryci

Celebrytów stworzyły współczesne media i karmią się nimi przypisując im cechy których nie posiadają, w szczególności kreując ich na autorytety w dziedzinach, o których nie mają zielonego pojęcia. Podczas gdy *celebryta to osoba, która jest znana z tego, że jest znana*. Rodzi to wiele niebezpieczeństw, bowiem pokutuje przyjęty bezpodstawnie przez wielu ludzi pogląd, że to co zobaczy i usłyszy w telewizji czy też radiu albo przeczyta w gazecie lub na monitorze komputera to jest prawdą. Dominikanin Józef Maria Bocheński nazywa to zjawisko współczesnym zabobonem. W swojej książce 100 zabobonów pisał tak: *„dziennikarz jest sprawozdawcą i niczym innym(...) Ale w ciągu ostatniego wieku dziennikarze przywłaszczyli sobie inną funkcję, a mianowicie występują w roli nauczycieli, kaznodziej moralności. Nie tylko informują czytelników i słuchaczy o tym co się stało, ale wydaje się im, że mają prawo pouczać ich, co powinni myśleć i czynić. (...) Sam zawód dziennikarza jest dla niego o tyle niebezpieczny, że musi pisać o najróżniejszych rzeczach, o których zwykle niewiele wie, a w każdym razie nie posiada głębszej wiedzy. Dziennikarz jest więc niemal z konieczności dyletantem. Uważać go za autorytet pozwalać mu pouczać innych*

ludzi, jak się obecnie stale czyni, jest zabobonem.” Niestety walka z zabobonami nie jest rzeczą łatwą. Pokutują one przez dziesięciolecia, żerując na ludzkiej naiwności, często ujawniając się w nowej postaci. Na niebezpieczeństwo dziennikarskiego sposobu postrzegania rzeczywistości zwrócił uwagę już Fryderyk Nietzsche, który w „Narodzinach tragedii” z roku 1871 tak napisał : *„Dziennikarz, papierowy niewolnik dnia, odniósł we wszystkim, co wykształcenia dotyczy, zwycięstwo nad nauczycielem wyższym, któremu jeszcze tylko ostaje często już widziana metamorfoza: przyjęcie odtąd także dziennikarskiego sposobu mówienia i poruszania się”*. I trudno Nietschemu nie przyznać racji, zwłaszcza gdy oglądamy program publicystycznych prowadzonych przez dziennikarzy z udziałem ludzi nauki, tzw. ekspertami. Jedni i drudzy praktycznie niczym się nie różnią, gdy miałą w gębach tą sama papkę medialną.

6. Postulaty skierowane do ludzi wierzących -odbiorców i twórców przestrzeni medialnej

P1. Ludzie wierzący w Polsce mają prawo do tworzenia i korzystania ze środków masowych komunikacji, które są zgodne z nauką Jezusa Chrystusa i które rozwijają duchowość katolików, są nośnikiem rzetelnych informacji, obiektywnych opinii oraz tworzą to wszystko co określamy mianem szeroko rozumianej kultury chrześcijańskiej. O prawo to powinni się głośno upominać.

P2. Katolicy w Polsce mają prawo żądać od decydentów, aby z przestrzeni publicznej eliminowane były środki masowej komunikacji zawierające treści kłamliwe oraz służące deprawowaniu ludzi a zwłaszcza dzieci, w tym zawierające treści pornograficzne, propagujące przemoc i zło zwłaszcza treści satanistyczne.

P3. Katolicy w Polsce powinni sami w większym stopniu czynnie uczestniczyć w życiu medialnym. Postulat ten dotyczy tak świeckich jak i duchownych. Z jednej strony należy tworzyć media katolickie i to na poziomie parafii – może to być dobrze funkcjonująca strona internetowa lub biuletyn parafialny, ale również na poziomie diecezji oraz poziomie ogólnokrajowym. Z drugiej strony ludzie wierzący winni szukać płaszczyzny do wyrażania swoich myśli i prezentowania postaw w środkach masowej komunikacji, które deklarują neutralność światopoglądową lub nie są wyraźnie antychrześcijańskie- tak publicznych jak i komercyjnych.

P4. Źródłem życia duchowego katolika, musi pozostawać Ewangelia czyli Dobra Nowina oznajmiona światu przez Chrystusa. Żadne z mediów katolickich nie może rościć sobie prawa do jedynie słusznych poglądów. Każde takie medium powinno zawierać obszar, płaszczyznę dyskusji gdzie istnieje możliwość konfrontacji różnych poglądów z poszanowaniem odmienności ludzi inaczej myślących i odczuwających. Zacieśnienie obszaru dyskusji i wymiany myśli do grupy osób myślących bardzo podobnie lub identycznie prowadzi do wyjałowienia duchowego i grozi sekciarstwem.

P5. Prasa oraz radio o zasięgu diecezjalnym nie powinno być li tylko tubą biskupa miejsca, podobnie jak media katolickie o zasięgu ogólnopolskim powinny być czymś więcej niż środkiem przekazywania wiernym poglądów Episkopatu. W Kościele Katolickim w Polsce funkcjonuje od lat sprawdzona forma komunikacji hierarchów z wiernymi przy pomocy listów duszpasterskich. Biskupi potrafią trafnie i w sposób zrozumiały dla wiernych przekazywać swoją naukę. Gorliwość niektórych redakcji katolickich, by być bardziej papieskim niż sam papież, przynosi efekt odwrotny do zamierzonego.

P6. Media katolickie nie powinny unikać tematów trudnych, także takich które odsłaniają grzechy ludzi Kościoła i nie po to aby się epatować czyjąś słabością, ale żeby propagować pozytywne wzorce moralne, a jednocześnie nazywać zło po imieniu. Zamiatanie spraw trudnych pod dywan zawsze przynosi więcej szkody niż pożytku i jest zaprzeczeniem słów Chrystusa mówiącego o prawdzie która ma moc wyzwolenia.

P7. Na twórcach przekazu medialnego, ale również i na odbiorcach, spoczywa obowiązek szczególnej troski o ludzi młodych. Przestrzeń medialną w dużym stopniu wypełniają treści szkodliwe zwłaszcza dla dzieci i młodzieży. Dotyczy to muzyki, filmu, czasopism Internetu. Wszyscy powinniśmy wychowywać, ale jak już tego nie chcemy czy też nie potrafimy robić to przynajmniej nie przykładajmy ręki do demoralizacji.

Józef Trytek

Parafialny Oddział Akcji Katolickiej w Radłowie