

ks. Antoni Lewek

Kościół a mediokracja w Polsce

STRESZCZENIE:

ARTYKUŁ ZOSTAŁ POŚWIĘCONY ANALIZIE STANOWISKA KOŚCIOŁA WOBEC ZJAWISKA ROSNĄCEGO WPŁYWU MEDIÓW I ICH ROLI, JAKĄ ODGRYWAJĄ W ŻYCIU SPOŁECZNYM. KOŚCIÓŁ W SWOIM NAUCZANIU WIELOKROTNI PRZYPOMINAŁ O POTĘDZE MEDIÓW. ANALIZOWANY PRZEZ AUTORA TERMIN "MEDIOKRACJA" WSKAZUJE NA ZJAWISKO ZBYT DUŻEJ ZALEŻNOŚCI POMIĘDZY TRZEMA ELEMENTAMI: MEDIAMI, POLITYKĄ I BIZNESEM. AUTOR ZWRACA UWAGĘ NA ZJAWISKO LAICKIEJ MEDIOKRACJI WOBEC KOŚCIOŁA, JEJ PRZYCZYNY ORAZ PRZEJAWY. NA KONIEC FORMUŁUJE POSTULATY WALKI Z TYM ZJAWISKIEM: NOWE PRAWO PRASOWE (MEDIALNE), ZORGANIZOWANIE Powszechny edukacji medialnej w duchu etyki i pedagogiki chrześcijańskiej oraz dążenie do pewnej integracji mediów katolickich tak, by stały się większą przeciwwagą do laickich koncernów medialnych w Polsce.

SŁOWA KLUCZOWE:

MEDIOKRACJA, MASS MEDIA, KOŚCIÓŁ, POLSKA, EDUKACJA MEDIALNA.

ABSTRACT:

THIS ARTICLE ANALYSES OF THE CHURCH'S POSITION TOWARDS THE PHENOMENON OF THE INCREASING IMPACT OF MEDIA AND THEIR ROLE IN SOCIETY. CHURCH IN HER TEACHING HAS REPEATEDLY REMINDED OF THE POWER OF THE MEDIA. ANALYZED BY THE AUTHOR, THE TERM "MEDIOKRACY" POINTS TO THE PHENOMENON OF TOO MUCH DEPENDENCE BETWEEN MEDIA, POLITICS AND BUSINESS. THE AUTHOR DRAWS ATTENTION TO THE PHENOMENON OF SECULAR MEDIOKRACY TO THE CHURCH, ITS CAUSES AND MANIFESTATIONS. AT THE END SHOWS WAYS TO COMBAT THIS PHENOMENON: A NEW PRESS LAW (MEDIA), THE UNIVERSAL ORGANIZATION OF MEDIA EDUCATION IN THE SPIRIT OF CHRISTIAN ETHICS AND PEDAGOGY, AND WORKING TO INTEGRATE A CATHOLIC MEDIA SO THAT THEY BECOME MORE COUNTERWEIGHT TO THE SECULAR MEDIA COMPANIES IN POLAND.

KEYWORDS:

MEDIOKRACY, MASS MEDIA, CHURCH, POLAND, MEDIA EDUCATION.

Dziś już nikt nie wątpi, że nowoczesne mass media, zwłaszcza elektroniczne, stanowią potężny środek oddziaływania na ludzi i niemal wszystkie dziedziny życia indywidualnego czy społecznego, a więc na politykę, kulturę, Kościół, obyczaje, religijność, ekonomię, stosunki międzynarodowe itp. Coraz częściej mówi się i pisze z niepokojem o nadmiernej i stąd groźnej „władzy mediów”, czyli mediokracji.

Fenomen mediokracji zagraża demokracji, czyli społeczeństwu i jego legalnym władzom. Liberalno-laicka mediokracja szkodzi w szczególny sposób Kościołowi, podważając jego autorytet moralny, przedstawiając go jednostronnie, tendencyjnie, często fałszywie i kłamliwie jako instytucję anachroniczną, wrogą demokracji i postępowi, niepotrzebną, a nawet szkodliwą, nagłaśniając i uogólniając pojedyncze przypadki słabości czy grzechów ludzi Kościoła.

W tej sytuacji zarówno społeczeństwa jak i Kościół muszą podejmować środki zaradcze i bronić się przed niebezpieczeństwami wynikającymi z wszechwładzy mediów, szczególnie potężnych koncernów medialnych – zagranicznych i komercyjnych – które także w Polsce dominują na rynku mass mediów, realizując własne cele i założenia, kreując własną wizję Polski i swój laicki wizerunek Kościoła.

Mediokracja jest coraz wyraźniej postrzegana jako poważny problem społeczny, kościelny, moralny i polityczny. Zajmiemy się nią tutaj w aspekcie społecznym i kościelnym, rozważając fakt istnienia fenomenu mediokracji, jej przejawy i funkcjonowanie, społeczne skutki i zagrożenia, negatywne konsekwencje dla społeczeństwa i Kościoła oraz reakcje i przeciwdziałanie im poprzez odpowiednie ustawodawstwo państwowe, chrześcijańską edukację medialną i integrację mediów katolickich.

Potęga nowoczesnych mediów

Jednym z najbardziej znaczących zjawisk cywilizacyjnych o pozytywnych i niestety także negatywnych skutkach jest niezwykle dynamiczny rozwój nowoczesnych środków komunikacji społecznej, które sprawiają, że ludzkość znajduje się obecnie w zupełnie nowej epoce. Po historycznych epokach słowa mówionego i pisanego, po epoce wynalezienia i używania druku, dziś panuje epoka elektronicznych środków komunikacji społecznej. Ich znaczenie i oddziaływanie na ludzi jest tak potężne i wszechogarniające, że słusznie mówi się o nowej epoce cywilizacyjnej¹ i kulturowej w dziejach ludzkości, o społeczeństwie informacyjnym² (rozwój technologii teleinformacyjnych, powszechny dostęp do informacji, szeroka wiedza, kultura masowa), o nowym człowieku (homo videns, nowa mentalność, cywilizacja obrazu, rola ikonosfery), o totalnym języku komunikacji audiowizualnej czy multimedialnej (jednoczesne słowo, obraz, ruch, kolor, dźwięk, akcja).

Fakt zaistnienia nowej epoki cywilizacyjnej – epoki audiowizualnej, epoki mass mediów elektronicznych o niewyobrażalnym zasięgu i możliwościach oddziaływania na ludzi – stał się także wielkim wyzwaniem dla Kościoła, zwłaszcza dla jego misji ewangelizacyjnej.

¹ Por. T. Goban-Klas, *Cywilizacja medialna. Geneza, ewolucja, eksplozja*, Warszawa 2005.

² Por. W. Cellary, *Polska na drodze do globalnego społeczeństwa informacyjnego. Raport o rozwoju społecznym*, Warszawa 2002.

KS. PROF. ANTONI LEWEK (1940-2010) – ŻYCIE I DZIEŁO

Na epokowe i wprost rewolucyjne znaczenie mass mediów zwracał nieustannie uwagę Jan Paweł II. Już w 1985 roku w swoim Orędziu na XIX. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu napisał: Świat społecznego przekazu wszedł dzisiaj w fazę rozwoju równie zawrotnego, co złożonego i o niemożliwych do przewidzenia perspektywach – mówi się o epoce technotronicznej, by wskazać na rosnące współdziałanie technologii i elektroniki, a nieograniczone perspektywy związane z wykorzystaniem satelitów i pokonaniem barier eteru stawiają go wobec wielu problemów w zakresie opracowania nowego światowego porządku informacji i przekazu. Chodzi tu o rewolucję, która nie tylko niesie ze sobą zmianę systemów i technik przekazu, ale ogarnia cały świat kulturalny, społeczny i duchowy osoby ludzkiej.

Jan Paweł II często cytował w swoich przemówieniach do ludzi mediów watykańską instrukcję duszpasterską *Aetatis novae* z 1992 roku, która trafnie i dobitnie stwierdza: Potęga środków przekazu jest tak wielka, że wpływają one nie tylko na to, jak ludzie myślą, ale także o czym myślą. Dla wielu rzeczywistością jest to, co środki przekazu uznają za rzeczywiste; wszystko czemu nie poświęcają uwagi, wydaje się pozbawione znaczenia (n. 4). Jeśli tak jest, to oczywiście nieobecność Ewangelii w mass mediach byłaby dla wielu jej nieobecnością w życiu. Niedostrzeganie tego faktu byłoby dziś wielkim i trudno wybaczalnym grzechem zaniedbania ze strony Kościoła.

Podobne ostrzeżenia i zarazem postulaty wyrażał już papież Paweł VI, pisząc w swej adhortacji apostołskiej *Ewangelii nuntiandi* z 1975 roku, że środki społecznego przekazu, zwane mass mediami, wprzęgnięte w służbę Ewangelii, niezmiernie poszerzają zakres słuchania Słowa Bożego i zanoszą orędzie zbawienia do milionów ludzi. Kościół byłby winny przed swoim Panem, gdyby nie używał tych potężnych pomocy [...]. Za ich pośrednictwem głosi Orędzie, jakie mu zostało powierzone, «na dachach» (por. Mt 10,27; Łk 12,3); w nich znajduje nowe i skuteczne formy świętego oddziaływania, współczesną ambonę; poprzez nie może przemawiać do rzesz (n. 45).

Powyższe racje spowodowały, że problematyka mediów i dziennikarstwa była dla Jana Pawła II jedną z bardzo ważnych dziedzin Jego nauczania, motywem Jego żywych i wprost przyjacielskich kontaktów z dziennikarzami, Jego głębokiego i umiejętnego zaangażowania się w dzieło ewangelizacji medialnej, której stał się wzorem i mistrzem dla wszystkich współczesnych ewangelizatorów. Nic więc dziwnego, że został On nazwany „papieżem mediów”, który znał ich potęgę, zarówno dobroczynną jak i destrukcyjną, jasno dostrzegając w nich niebywałą szansę, ale i zagrożenie dla człowieka, ludzkości i Kościoła.

Jan Paweł II ostrzegał więc, że media mogą być i bywają użyte do złych celów, do demoralizacji i zgorzenia. Przypominał też nieustannie, że konieczna jest ewangelizacja ludzi mediów i świata poprzez media. Podkreślał pilną potrzebę edukacji medialnej, czyli wychowania do krytycznego odbioru przekazywanych treści oraz kształcenia dziennikarzy w duchu chrześcijańskim. Wszystkie te myśli i pouczenia, idee i wskazania, teoretyczne refleksje i praktyczne rady przekazywał Ojciec Święty w swoich przemówieniach, dokumentach i świadectwie życia³.

³ Zob. A. Lewek (red.), *Media i dziennikarstwo w nauczaniu Jana Pawła II*, Warszawa 2008.



Problematyka mediów i dziennikarstwa była dla Jana Pawła II jedną z bardzo ważnych dziedzin Jego nauczania, motywem Jego żywych i wprost przyjacielskich kontaktów z dziennikarzami, Jego głębokiego i umiejętnego zaangażowania się w dzieło ewangelizacji medialnej, której stał się wzorem i mistrzem dla wszystkich współczesnych ewangelizatorów. Nic więc dziwnego, że został On nazwany „papieżem mediów”, który znał ich potęgę, zarówno dobroczynną jak i destrukcyjną, jasno dostrzegał w nich niebywałą szansę, ale i zagrożenie dla człowieka, ludzkości i Kościoła.

Jeśli nowoczesne mass media stanowią taką potęgę, mają tak wielką moc oddziaływania na ludzkość i świat, to jest rzeczą niezwykle ważną i istotną, by znajdowały się one (jak broń atomowa) w rękach odpowiedzialnych, by odpowiednie normy prawne i obywatelska postawa społeczeństwa regulowały ich działanie, zapobiegając zagrożeniom z ich strony i wymagając sumiennej realizacji ich podstawowych funkcji społecznych.

Zjawisko mediokracji

Media - w ścisłym znaczeniu - to narzędzia lub środki społecznego przekazu, czyli głównie radio, telewizja, prasa i internet. Natomiast w szerszym ujęciu - to również wszystkie komponenty komunikacji medialnej, a więc także ludzie mediów: ich właściciele i redaktorzy naczelni, dziennikarze i odbiorcy, treści i formy przekazów medialnych. Za podstawowe funkcje mediów uznaje się: funkcję informacyjną, edukacyjną i rozrywkową, a także kontrolną i integracyjną⁴.

Jak już wyżej podkreśliliśmy, nowoczesne media stanowią potężną siłę opiniotwórczą i społeczno-polityczną. Wywierają one bardzo skuteczny, a częstokroć decydujący wpływ na opinie i poglądy społeczeństwa, na jego postawy i preferencje polityczne, na wyniki wyborów parlamentarnych, prezydenckich i samorządowych, kreują pozytywny lub negatywny wizerunek polityków, wspierając lub niwecząc ich kariery, budują lub niszczą tzw. autorytety społeczne, propagują obowiązującą poprawność polityczną, tworzą własny obraz świata, Polski i także Kościoła. Z tych racji media zostały uznane za „czwartą władzę”, lub nawet „pierwszą”⁵. Coraz częściej jednak uważa się je za „superwładzę” - i stąd właśnie mówimy o mediokracji. W związku z tym rodzą się różne pytania i problemy, do-

⁴ C.J Bertrand, *Les fonctions des médias*, w: *Médias*, Paris 1995, s. 27-35.

tyczące na przykład funkcjonowania politycznej mediokracji w państwie demokratycznym, laickiej, liberalnej i ateistycznej mediokracji w społeczeństwie katolickim, wyznającym chrześcijański system wartości i religijnej moralności.

Jest rzeczą prawie oczywistą, że każda wielka społeczność ma władzę, która porządkuje i organizuje życie społeczne. W dziejach ludzkości władcami narodów bywali królowie i dyktatorzy, a w najnowszych czasach władzę ma lud (naród), czyli panuje demokracja. W państwie demokratycznym lud jest suwerenem, który wybiera swoich przedstawicieli do sprawowania władzy. Jest to – według klasycznego podziału Monteskiusza – potrójna władza: ustawodawcza, wykonawcza i sądownicza. Żyjąc w XXI wieku, nie godzimy się na inną władzę i ustrój polityczny, jak tylko demokratyczny, aczkolwiek znamy oryginalne powiedzenie Winstona Churchilla, że „demokracja jest najgorszym ustrojem politycznym, ale nikt lepszego nie wymyślił”.

I oto w państwie demokratycznym pojawia się nowa, wyjątkowo silna i potężna władza – władza mediów, czyli „mediokracja”⁶. Pytamy więc, jak to możliwe – mediokracja w demokracji?⁷ Czy nie jest to w rzeczywistości jakiś intruz i uzurpator, który chce być ważniejszy od społeczeństwa, od narodu, od władzy państwowej? Niestety, tak jest. W rozwiniętych państwach demokratycznych zaistniała rzeczywiście mediokracja, dyktatura mediów. Trzeba to uznać za zjawisko w pewnym sensie niedemokratyczne lub antydemokratyczne.

Siła rażenia i oddziaływania mediów elektronicznych w świecie jest przeogromna – jak żadnej innej, demokratycznej władzy. Nikt i nic nie ma tak wielkiej mocy przebiccia się do milionów mieszkań i do miliardów ludzi. Szczególna potęga mediów, zwłaszcza telewizji, radia i internetu, polega na możliwości błyskawicznego informowania milionów odbiorców, formowania ich poglądów i postaw oraz kreowania rzeczywistości i faktów medialnych, które nie zawsze są faktami realnymi.

Stwierdzając fakt istnienia mediokracji, należy przy tym odróżnić media od dziennikarstwa. Właśnie media, szczególnie wielkie koncerty medialne, dysponujące ogromnym ka-

⁵ Zob. T. Goban-Klas, *Media: Od „czwartej” do „pierwszej” władzy?*, w: M. Magoska (red.), *Media. Władza. Prawo*, Kraków 2005; J. Braun, *Potęga czwartej władzy*, Warszawa 2005; K. Czuba, *Media a władza*, Warszawa 1994; H. Oberreuter, *Übermacht der Medien*, Zürich 1982; M. Sokołowski (red.), *Media w Polsce. Pierwsza władza IV RP?*, Warszawa 2007; M. Graszewicz, *Media a polityka. System i praktyka*, w: M. Sokołowski (red.), *Media w Polsce. Pierwsza władza IV RP?*, dz. cyt., s. 78-84; J. Jastrzębski, *Ani pierwsza, ani czwarta*, w: M. Sokołowski (red.), *Media w Polsce. Pierwsza władza IV RP?*, dz. cyt., s. 288-294.

⁶ Zob. A. Lepa, *Czwarta władza: mit czy rzeczywistość? Narodziny mediokracji*, w: I. Skubiś (red.), *Mediokracja w Polsce*, Częstochowa 2007 s. 9-21; A. Biela, *Mediokracja*, „Nasz Dziennik”, 25.07.2007; P. Skórzyński, *Mediokracja*, <http://www.permedium.pl/opcja-na-prawo/mediokracja.html>, 08.09.2009; J.M. Jackowski, *Cywilizacja prawdy czy mediokracja*, „Nasz Dziennik”, 02.05.2006.

⁷ A. Gąbka, *Demokracja czy mediokracja?* <http://www.medialink.pl/artukul/22924>, 08.09.2009; Tenże, *Czy media zawładną światem?* <http://www.medialink.pl/artukul/12324>, 08.09.2009; zob. G. Sartori, *Teoria demokracji*, Warszawa 1994; L. Dyczewski, *Rola mediów w kształtowaniu demokracji w III Rzeczypospolitej*, w: J. Adamowski, M. Jabłonowski (red.), *Polskie media u progu XXI wieku*, Warszawa 2001, s. 11-27; B. Dobek-Ostrowska (red.), *Media masowe w demokratyzujących się systemach politycznych*, Wrocław 2006.

pitalem, najlepszym sprzętem i marketingiem, mają swoje komercyjne, ideologiczne jak również polityczne interesy, którym dziennikarze są częstokroć zmuszeni służyć, im się podporządkować i je realizować. Dziennikarze stają się kółeczkami w wielkiej maszynie koncernu medialnego. Nie pojedynczy dziennikarz więc ma tę potężną władzę czy superwładzę, lecz ma je dane medium.⁸ Ma ono tym większą władzę, im większy jest nakład prasy, im większa słuchalność radia czy oglądalność telewizji. Zdarza się, że niejedynemu dziennikarz chciałby kierować się swoim sumieniem, doskonalszymi zasadami etycznymi czy na przykład chrześcijańskim systemem wartości, ale władca i właściciel medium, ów oligarcha powiązany z różnymi siłami politycznymi czy biznesowymi powie mu swoje ideologiczne i komercyjne „nie” wobec przygotowanej przezeń treści przekazu medialnego, albo wobec jego poglądów niezgodnych z „poprawnością polityczną”.⁹

Wskazuje się dziś na potężnych oligarchów medialnych, którzy uzurpują sobie i wykonują władzę nad danym społeczeństwem lub grupami społecznymi, zwłaszcza wtedy gdy łączą się z biznesem lub władzą polityczną i realizują ich interesy, zamiast być obiektywnymi informatorami oraz bezstronnymi i ponadpartyjnymi pośrednikami między demokratyczną władzą a społeczeństwem. Mediokracja w Polsce jest groźna szczególnie z tego powodu, że większość potężnych i opiniotwórczych mediów jest w rękach zagranicznego kapitału, który nie zawsze służy polskiej racji stanu, lecz interesom obcych sił politycznych lub biznesowych.¹⁰ Mediokrację bowiem tworzą trzy elementy: media, polityka i biznes. Stąd wywodzi się znane powiedzenie: „Kto ma media, ten ma władzę i pieniądze”, a z drugiej strony: „Kto ma pieniądze, ten ma media i władzę”.

Podczas konferencji „Polityka i środki masowej informacji”, zorganizowanej w 2004 roku przez sejmową Komisję Kultury i Środków Przekazu, prof. Jacek Sobczak (UAM), charakteryzując zjawisko mediokracji, stwierdził, że media są nie czwartą, lecz pierwszą władzą, która decyduje o tym, co właściwe i niewłaściwe, co moralne i niemoralne, co mądre i głupie, co sprawiedliwe i niesprawiedliwe. Prasa, jak i w szczególności radio i telewizja, decydują o tym, kto jest dobry, a kto zły [...]. Prasa kreuje i obala przywódców, buduje cokoły dla «autorytetów moralnych» lub stara się strącić takie autorytety z piedestałów, które, jej zdaniem, bezprawnie zajęli. Nie waha się także prasa wyręczać sądów i bez znajomości materiału dowodowego, bez uczestniczenia w postępowaniu orzekać o tym, jakie powinno być rozstrzygnięcie w sprawie, kreować winnych i ofiary. Przykłady tego typu można mnożyć.¹¹

⁸ Zob. W. Warecki, M. Warecki, *Co wpływa na dziennikarzy...i na co mają wpływ dziennikarze*, Warszawa 2006.

⁹ Zob. *Poprawność polityczna stała się medialną poprawnością*. Rozmowa z bp. Adamem Lepą, „Nasz Dziennik”, 19-20.09.2009, s. 10.

¹⁰ A. Lewek, *Wprowadzenie do panelu nt. „Mediokracja w Polsce”*, w: I. Skubiś (red.), *Mediokracja w Polsce*, dz. cyt., s. 31-37.

¹¹ J. Sobczak, *Czy czas na zmianę prawa prasowego?*, w: M. Lipińska (red.), *Polityka a środki masowej informacji*. Materiały z konferencji zorganizowanej przez Komisję Kultury i Środków Przekazu z inicjatywy Marszałka Senatu RP prof. Longina Pastusiaka 24 lutego 2004 r., Warszawa 2004 s. 28.

Wskazując na współczesne zjawisko mediokracji jako nadmiernej i często niekontrolowanej władzy mediów, podkreśla się nie tylko jej niedemokratyczny charakter, lecz także właściwości monopolu i uzurpacji, z której wynikają różne negatywne skutki dla społeczeństwa.

Spoleczne konsekwencje nadmiernej władzy mediów

Amerykański myśliciel z początku XIX wieku Thomas Maculay użył po raz pierwszy pojęcia „czwarta władza” w odniesieniu do wolnej prasy, której przypisywał trzy podstawowe funkcje: rzetelnej informacji, otwartego forum debaty publicznej oraz kontroli społecznej.¹² Według niego niezależne media pełnią rolę „czwartej władzy” poprzez kontrolę władz publicznych – ustawodawczej, wykonawczej i sądowniczej – oraz krytykę ich błędów i wypaczeń.

Dziś jednak media doszły do takiej potęgi i roli, że stały się pierwszą oraz najważniejszą władzą, co w praktyce oznacza, że arbitralnie ferują wyroki, a nawet chcą sprawować rząd dusz i decydować o otaczającej nas rzeczywistości, wyręczając parlament, rząd i niekiedy nawet wymiar sprawiedliwości.¹³ Tego nie można nazwać inaczej, jak zwykłą uzurpacją.

Były przewodniczący sejmowej Komisji Kultury i Środków Przekazu Jan M. Jackowski tak opisuje tę medialną uzurpację: Czwarta władza faktycznie staje się pierwszą władzą i zmienia się w mediokrację – w tym sensie, że przejmuje funkcje pozostałych trzech władz. Media prowadzą na przykład politykę personalną w zakresie władzy wykonawczej i ustawodawczej, niszcząc publicznie tych, których z jakichś powodów nie lubią albo uważają za zagrożenie. Potrafią też wylansować na ważne stanowiska kogoś im wygodnego czy przydatnego. Pouczają rządzących i osądzają, zanim sprawy zostaną rozpatrzone przez sąd i zapadną prawomocne wyroki. A wszystko to pod hasłem ‘wolności słowa’ i prawa do krytyki.¹⁴

Członek Rady Episkopatu Polski ds. Środków Społecznego Przekazu, biskup Adam Lepa wskazuje na różne przejawy mediokracji i na jej skutki społeczno-polityczne w Polsce. Przedstawił je na przykładzie działań mediów, a ściślej „ich właścicieli, dysponentów i rzeszy dziennikarzy – w celu wywierania wpływu na politykę”¹⁵ w połowie 2007 roku, przed wyborami parlamentarnymi w Polsce. Mediokracja ujawniła się wówczas między innymi w następujących faktach: media nieustannie straszyły społeczeństwo totalitaryzmem PiS-u, upadającą rzekomo demokracją, faszycyzacją życia publicznego, zamachem na wolności obywatelskie, Kościołem, Rądem Maryja i Ojcem Dyrektorem. Ludzie mediów byli wyraźnie stroną w sporach i konfliktach politycznych. W osiągnięciu swoich celów media stosowały różne posta-

¹² Zob. *Prasa jako kontrola władzy. Polityka informacyjna w Polsce na tle doświadczeń w Europie*, Warszawa 1993.

¹³ J.M. Jackowski, *Mediokracja*, „Nasz Dziennik”, 10.08.2006.

¹⁴ Tenże, *Wokół mediokracji*, w: I. Skubiś (red.), *Mediokracja w Polsce*, dz. cyt., s. 52.

¹⁵ A. Lepa, *Czwarta władza...*, art. cyt., s. 16.

ci kłamstwa.¹⁶ Praktykowano w mediach (także publicznych) starą i niezawodną zasadę *divide et impera* („dziel i rządź”), informując jednocześnie odbiorców, że w Polsce właściwie wszystko jest podzielone – społeczeństwo, rząd, koalicja, partie, Kościół, Episkopat itd. Przemilczano natomiast istniejące podziały czy wręcz rozłamy w łonie lewicy, w szeregach ówczesnej opozycji, w samych mediach. Fabrykowano i upowszechniano w mediach różne mity społeczne. Jedne były spuścizną po PRL-u (na przykład mit „mieszania się Kościoła do polityki”, czy mit Kościoła-wroga demokracji), inne tworzono dla doraźnych potrzeb poszczególnych sił politycznych w Polsce (na przykład mit genialnej lewicy i nieudolnej prawicy). Tolerowano i wspierano brutalizację języka i zachowań polityków występujących w mediach. W niektórych ośrodkach medialnych dziennikarze nawoływali wprost do obalenia rządu.¹⁷

Na podstawie krytycznej analizy tych przejawów mediokracji w Polsce i konstatacji ich sprzeczności z podstawowymi funkcjami mediów – informacyjną, edukacyjną i rozrywkową – bp Lepa wskazuje następujące funkcje uzurpowane i wykonywane przez media „z myślą o bezpośrednim udziale mediów we władzy”¹⁸ społeczno-politycznej:

1) Funkcja solidaryzowania się z określoną poprawnością polityczną. Nagłaśnia się ją i jednocześnie neguje stanowiska przeciwne (przez ośmieszanie ich, sprowadzanie do absurdu).

2) Funkcja identyfikowania się z jedną opcją polityczną przy równoczesnym marginalizowaniu innych opcji.

3) Funkcja umizgiwania się do znaczących polityków, aby zdobyć ich przychyłność dla swojego medium (i w ten sposób zwiększyć nakład, słuchalność i oglądalność).

4) Funkcja instrumentalnego traktowania prawdy, zawsze na użytek własnej opcji politycznej. Widać to przede wszystkim w budowaniu zafałszowanych obrazów rzeczywistości. Dziennikarz staje się wtedy zwykłym najemnikiem, a nie sługą prawdy.¹⁹

5) Funkcja wysługiwania się władzy politycznej (zwłaszcza w mediach komercyjnych) za cenę odpowiednich korzyści. Jest ona „pod ochroną” danego medium i cieszy się konkretnymi przywilejami, między innymi wyłączona jest spod rzeczo-

¹⁶ Zob. P. Lisiewicz, *Dlaczego dziennikarze nie rozumieją, że kłamią?* „Gazeta Polska” nr 36 (2009), s. 9; A. Lepa, *Świat manipulacji*, Częstochowa 1995; M. Miczyńska-Kowalska, *Media w komunikacji społecznej. Informacja, czy celowa manipulacja?*, w: M. Sokołowski (red.), *Media w Polsce. Pierwsza władza IV RP?*, dz. cyt., s. 200-211; K. Stasiuk-Krajewska, *Komunikacja bez manipulacji? O nieistnieniu dziennikarstwa obiektywnego*, w: B. Siemieniecki (red.), *Manipulacja - Media - Edukacja*, Toruń 2007; J.W. Adamowski, *Czy i na ile można wierzyć temu, co widzimy i słyszymy w dzisiejszych mediach?*, w: L. Dyczewski (red.), *Jaka informacja?*, Lublin 2009, s. 181-185; M.T. Lizisowa, *Informacja czy manipulacja. O stylistycznej akomodacji w wyrażaniu prawdy i fałszu*, w: L. Dyczewski (red.), *Jaka informacja?*, dz. cyt., s. 89-100.

¹⁷ A. Lepa, *Czwarta władza...*, s.17; Zob Tenże, *Mit zagrożonej demokracji*, „Rzeczpospolita”, 12.06.2007.

¹⁸ Tenże, *Czwarta władza...*, dz. cyt., s.18.

¹⁹ Zob. J.M. Jackowski, *Bitwa o prawdę*, Warszawa 1997; S. Kowolik (red.), *Mass media dla prawdy*, Tarnowskie Góry 2007; B. Wolniewicz, *Dziennikarz - wyraziciel opinii czy najemnik słowa?*, w: *Dziennikarz między prawdą a kłamstwem*, Łódź 2007, s. 39-47.

wej krytyki i obdarowywana różnymi wyróżnieniami (tytuł „Człowieka Roku”, najskuteczniejszego polityka itp.).

6) Funkcja destabilizacyjna – z premedytacją prowadzi do wywołania chaosu w polityce, nastrojach społecznych i w mediach. Nie jest jej na rękę ład medialny w państwie, chyba że odpowiada on opcji politycznej danego medium. Działania tego typu Alana Woodrow nazywa „piątą kolumną”.²⁰

7) Funkcja współtworzenia układów oligarchicznych w mediach – plan strategiczny opracowują ich decydenci, natomiast jego realizacją zajmują się szeregowi dziennikarze.²¹

Głównym celem takich dążeń i zachowań mediów w Polsce 2007 roku było zdobycie władzy w państwie przez określoną opcję polityczną, z którą decydenci tych mediów utożsamiali się i którą w różny sposób wspomagali, by po jej zwycięstwie w wyborach parlamentarnych móc liczyć na różnorakie wsparcie w realizacji własnej wizji Polski i w propagowaniu własnego systemu wartości czy ideologii – na przykład liberalnych i laickich, jak również w pożądanym sprawowaniu „rządu dusz”, czyli mediokracji.

Jak ocenić opisany wyżej i doświadczany fenomen mediokracji? Jakie skutki i konsekwencje społeczne z niej wynikają? Otóż trzeba najpierw uznać, że mediokracja jest – jak już wyżej wspomnieliśmy – faktem i zjawiskiem niedemokratycznym lub nawet antydemokratycznym. W społeczeństwie o ustroju demokratycznym władza jest wybierana i odwoływana przez naród (społeczeństwo). Tymczasem właściciel potężnego medium, sprawujący poniekąd „rząd dusz”, nie jest ani wybierany, ani nie może być odwołany, jak poseł czy prezydent. Całkiem negatywnie zaś, jako niemoralną i godną potępienia, trzeba ocenić mediokrację, która w celach komercyjnych czy partykularnych demoralizuje społeczeństwo, przekazując na przykład treści nasycone scenami agresji, skandalu, bluźnierstwa, erotyzmu czy pornografii.

Fenomen mediokracji nie obejmuje oczywiście wszystkich mediów, ani tym bardziej wszystkich dziennikarzy. Nie wszystkie one uzurpują sobie prawo do współrządzenia czy decydowania o wynikach wyborów i o funkcjonowaniu władz w demokratycznym państwie. Są jednak międzynarodowe koncerny medialne, które działają w wielu krajach i stanowią prawdziwe zagrożenie dla danego społeczeństwa, gdy w swej działalności nie służą „dobru wspólnemu”, lecz kierują się własnymi interesami i egoistycznymi korzyściami.

Istnieją wszakże media publiczne i komercyjne. Publiczne, na które społeczeństwo płaci abonament, mają obowiązek służyć mu sumiennie i kierować się jego dobrem. Jeśli tego nie czynią, są szkodliwą i złą „władzą”. Tymczasem media komercyjne, dysponujące ogromnym kapitałem, nie potrzebują abonamentowych opłat, kierują się swoimi zasadami zysku i wolnego rynku, twierdząc, że skoro odbiorcy chcą programów z przemocą i seksem, to otrzymują je, nawet jeśli to jest szkodliwe i niemoralne. Dzieje się tak w imię wolności słowa i wolności opinii publicznej. Istnieje jednak pytanie o granice tej wolności. Nie może to być samowola czy swawola medialna, w której mediokracja służyłaby złu i deprawacji społecznej. Niestety, nie da się łatwo i skutecznie zakazać

²⁰ A. Woodrow, *Les medias. Quatrieme pouvoir ou cinquieme colonne?* Paris 1996.

²¹ A. Lepa, *Ład w mediach?*, „Nasz Dziennik”, 02-03.02.2008.

„złej” mediokracji – ale trzeba ją piętnować, demaskować i negatywnie oceniać. Należy też prowadzić powszechną edukację medialną odbiorców, by umieli krytycznie, selektywnie i aktywnie ustosunkowywać się do tego, co przekazują im media.²²

Trzeba wskazywać na wypaczenia i zgubne skutki nieograniczonej mediokracji, do których można zaliczyć między innymi wszelkie działania wykraczające poza kompetencje funkcji kontrolnej i demaskatorskiej mediów, zagrażające demokratycznym regułom funkcjonowania państwa, ładu medialnemu w państwie (poprzez niszczenie równowagi na rynku medialnym)²³, wprowadzające chaos w dziedzinie wartości i zasad moralnych (na przykład nieuszanowanie chrześcijańskich wartości i walka z Kościołem²⁴), budzące antagonizmy w społeczeństwie, lekceważące tożsamość narodową (na przykład przez niedoceniając historię i patriotyzm), utrudniające prawidłowy i pełny rozwój wszystkich mediów, zakłócające system pełnych i prawdziwych informacji dla społeczeństwa.²⁵

Autorzy książki o telewizji jako zagrożeniu dla demokracji stwierdzili: Telewizja stała się w naszych czasach kolosalną władzą, być może największą ze wszystkich, tak jakby zastąpiła głos Boga [...]. Telewizja posiada w ramach demokracji zbyt wielką władzę. Żadna demokracja nie przetrwa, jeżeli nie położy się kresu tej wszechwładzy.²⁶

Niekontrolowana mediokracja jako nadmierna władza mediów potrafi zakłócić normalne funkcjonowanie systemu demokratycznie wybranej władzy. W tym systemie sprawowanie władzy powinno przebiegać według sekwencji: problem – decyzja – działanie – skutki – ocena przez media. Tymczasem te ostatnie, usurpując sobie status wyrażiciela opinii społecznej (co nie zawsze jest prawdą), ingerują często w proces podejmowania decyzji politycznych przez władze ustawodawcze, wykonawcze lub sądownicze.²⁷

Można i trzeba oczywiście dyskutować – tak jak to uczyniono na przykład w 2009 roku na Uniwersytecie Warszawskim podczas konferencji *Mediokracja a demokracja*²⁸ i spierać się, kto ma większą władzę: politycy nad mediami, czy media nad politykami? Odpowiedzi jednoznacznej nie da się udzielić, gdyż wymagałoby to szerokich badań i głębokich analiz, a ich wyniki byłyby też względne i niejednoznaczne. Niemniej pozostaje faktem, że mediokracja wciąż funkcjonuje i zagraża demokracji, która ulega wpływom potężnych, opiniotwórczych mediów i wskutek tego działa często pod ich dyktando. Co więcej, sami politycy ulegają im i wspólnie z dziennikarzami rozprawiają w mediach o poważnych problemach społeczno-politycznych w konwencji na przykład rozrywkowej czy tabloidowej.

²² G. Nissim, *Wychowanie do odbioru mediów jako naglące zadanie*, w: B. Spurgiasz (red.), *Kultura i media 2*, Warszawa 1996, s. 20-35; zob. także A. Lewek, *Podstawy edukacji medialnej i dziennikarskiej*, Warszawa 2003.

²³ A. Lepa, *Ład medialny a społeczeństwo informacji*, w: D. Wadowski (red.), *Kultura - Media - Społeczeństwo*, Lublin 2007, s. 275-290.

²⁴ J.R. Nowak, *Walka z Kościołem w mediach*, Warszawa 2007.

²⁵ A. Lepa, *Czwarta władza...*, dz. cyt., s. 10.; zob. P. Znyk, *Od komunikacji do manipulacji*, Łódź 2008.

²⁶ J. Condry, K. Popper, *Telewizja. Zagrożenie dla demokracji*, Warszawa 1996, s. 50.

²⁷ Zob. W. Pisarek, *Wolność słowa a wolność prasy*, „Zeszyty Prasoznawcze” nr 1-2 (2002), s. 7 n.

²⁸ Koło Naukowe Obserwacji Polskich Mediów, <http://www.knopm.uw.edu.pl/page.php?5>, 12.12.2009; zob. J. Keane, *Media a demokracja*, Londyn 1992.

W artykule *Widowisko pod dyktando rozrywkowych mediów* Piotr Legutko stwierdził krytycznie: Mediokracja nie polega na tym, że nadawcy czy publicyści mają w Polsce większą realną władzę niż politycy, ale na tym, że to rozrywkowe media ustalają reguły gry w sferze publicznej. Politycy łatwo się zgodzili, by «czerwone paski» telewizji informacyjnych ustalały im zarówno agendę działań, jak i hierarchię ważności podejmowanych tematów. Dali sobie narzucić ów barwny język i efekciarski styl. To prawda, że są jeszcze czasami zaskakiwani, gdy żąda się od nich ustosunkowania się do kwestii tatuaży w intymnych miejscach, ale te braki w wyszkoleniu zapewne szybko zostaną wyeliminowane. W końcu partie wciąż doskonałą pod tym kątem swoje kadry.²⁹

I dalej publicysta podkreśla, że dzisiejsza mediokracja to także władza pewnej konwencji. Politycy chętnie zgadzają się grać w widowisku, którego scenariusz piszą rozrywkowe media, bo to niewiele kosztuje (na pewno mniej niż zmaganie się z realnymi problemami) [...]. Dziś to nie sprawne zarządzanie kapitałem gospodarczym, zasobami ludzkimi i potencjałem społecznym, ale ciekawa narracja decyduje o sukcesie partii rządzącej. [...] Ani politycy, ani media nie są zainteresowani zmianą konwencji, w jakiej wspólnie organizują nam debatę publiczną³⁰ – konstatuje autor i wyraża nadzieję, że społeczeństwo samo się zreflektuje, tworząc dziennikarstwo obywatelskie i rezygnując z tak „niepoważnych” czy szkodliwych mediów.

Laicka mediokracja wobec Kościoła

O szkodliwości laickiej mediokracji wobec Kościoła oraz propagandzie antykościelnej i antyklerykalnej w polskich mediach, zwłaszcza związanych z zagranicznymi koncernami medialnymi, napisano już sporo publikacji. Można oczywiście dyskutować, czy antykościelną jest każda publikacja, w której krytykuje się ludzi Kościoła za ich złe czyny i grzeszne życie. Można słusznie rozróżnić krytykę konstruktywną i destrukcyjną. Niemniej jednak trzeba przyznać, że Kościół i jego nauka zawsze były, są i będą „znakiem sprzeciwu” wobec tego świata, w związku z czym są i będą przedmiotem ataków i różnych działań wrogich sił, w tym także mediów i mediokracji.

Laicka mediokracja i ukryta wrogość mediów wobec Kościoła ujawniła się w szczególny sposób po śmierci Jana Pawła II. O ile w okresie poprzedzającym śmierć Papieża-Polaka i w czasie pogrzebu media polskie w przeważającej większości zachowały się nadzwyczaj poprawnie, wspaniale i wzruszająco, ukazując w jak najlepszym świetle Ojca Świętego, Kościół i chrześcijaństwo, a także żywą religijność Polaków, to wkrótce potem zaczęły się ostre ataki. Prasa katolicka zaczęła demaskować i krytykować te przejawy wrogości jako „ukryte oblicze mediów”³¹ – po odejściu Jana Pawła II.

Analizie i ocenie tych zachowań dziennikarzy została poświęcona dwudniowa konferencja naukowa na Uniwersytecie Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie *Odchodzenie Jana Pawła II do Domu Ojca w polskich mediach*. Oprócz prezentacji 30 re-

²⁹ Zob. P. Legutko, *Widowisko pod dyktando rozrywkowych mediów*, „Rzeczpospolita”, 03.09.2009. Zob. także, D. Radzewicz, *Mity czwartej władzy. Dla widzów, słuchaczy i czytaczy*, Kraków 2002.

³⁰ P. Legutko, *Widowisko pod dyktando rozrywkowych mediów*, dz.. cyt.

³¹ Por. *Ukryte oblicze mediów*, „Nasz Dziennik” (dodatek) 18-19.08.2007.

feratów, odbyły się dyskusje panelowe na temat: Czy medialne doświadczenia z dni odchodzenia Jana Pawła II mają wpływ na dzisiejszą działalność prasy, radia i telewizji w Polsce?. Odpowiedzi były i pozytywne i negatywne. Przeważały jednak smutne refleksje, że polskie media niezupełnie i tylko częściowo realizują ideały dziennikarstwa zawarte w odnośnej nauce Jana Pawła II, a wiele z nich nawet wprost zdradza te ideały; w dniach odchodzenia Jana Pawła II prawie wszystkie media polskie były solidarne w pozytywnym ukazywaniu Ojca Świętego i Kościoła, wartości chrześcijańskich i religijnych, ale wkrótce po śmierci i pogrzebie Papieża wiele mediów niestety powróciło dość szybko do swych tradycyjnych zachowań antykościelnych i antyklerykalnych, przystępując do atakowania Kościoła, chrześcijaństwa, księży i do agresywnej ateizacji.³²

Historyk i publicysta, Jerzy Robert Nowak, stwierdził stanowczo i dość radykalnie, że w Polsce trwa ateizacyjna kampania nienawiści do Boga i Kościoła we wszystkich, dosłownie wszystkich popularnych tygodnikach lewicowych i liberalnych oraz w najbardziej wpływowych dziennikach.³³ Autor uważa, że w Polsce mamy do czynienia z zakrojoną na wielką skalę systematyczną i wyraźnie skoordynowaną kampanią ateizacyjną, dużo groźniejszą niż w PRL. Przechodząc do konkretnych i przykładów, podkreślił: Poza agresywnie antykościelnymi i antyreligijnymi publikacjami w różnych wpływowych dziennikach – od «Gazety Wyborczej» po («Der») «Dziennik» – mamy do czynienia z kampanią ateizacyjną we wszystkich wielkonakładowych tygodnikach ilustrowanych (od «Wprost» i «Polityki» poprzez «Przekrój», «Newsweek Polska», «Przegląd», nie mówiąc o takich szmatławcach jak «Nie» czy «Fakty i Mity»³⁴

Wskazując na ateistyczną agresję wspomnianych mediów laickich w Polsce, J. R. Nowak tytułuje swoje artykuły następująco: Wkład «Gazety Wyborczej» w walkę z Kościołem³⁵, Antykatolicycy oszczercy w postkomunistycznej «Trybunie», Antykościelne manipulacje („Der”) «Dziennika»³⁶, «Newsweek» w awangardzie walki z Kościołem³⁷, Postkomuniści z «Polityki» w ataku na Kościół³⁸, Błuzniercze tony w «Przekroju»³⁹, Antykatolicki język nienawiści w «Przeglądzie»⁴⁰, Walka z Kościołem w mediach elektronicznych.⁴¹

Powyższe opinie i oceny J.R. Nowaka mogą wydawać się przesadne, skrajne i jednostronne, niemniej jednak mają one swoje mniej lub bardziej przekonujące uzasadnienie. Mimo wszystko pozostaje mieć nadzieję, że Kościół w Polsce nie podda się laickiej

³² Por. J.R. Nowak, *Walka z Kościołem w mediach. Biała księga*, Warszawa 2007.

³³ Tenże, *Agresja ateistyczna*, „Nasz Dziennik” (dodatek *Ukryte oblicze mediów*) 18-19.08.2007, s. 7.

³⁴ Tamże.

³⁵ J.R. Nowak, *Agresja ateistyczna*, „Nasz Dziennik” (dodatek: *Ukryte oblicze mediów*) 23.08.2007, s. 2-7.

³⁶ Tamże, s. 16.

³⁷ J. R. Nowak, *Agresja ateistyczna*, „Nasz Dziennik”, dz. cyt. s. 2-3.

³⁸ Tamże, s. 3-4.

³⁹ Tamże, s. 4-5.

⁴⁰ Tamże, s. 6.

⁴¹ Tamże, s. 14-16.



...media, realizując swoją misję i funkcję kontrolną wobec władzy politycznej, mają prawo i poniekąd obowiązek reagować na różne jej potknięcia, nadużycia i zaniedbania, piętnować kłamstwa, niejasne powiązania z biznesem, nepotyzm, prywatę i korupcję. Ale nie mają prawa, nadużywając „wolności słowa”, niszczyć, oczerniać, wynosić się ponad tę władzę, uzurpować sobie jej prerogatywy czy atrybuty.

mediokracji, że nie znikną dziennikarze działający w duchu nauki i świadectwa Jana Pawła II, że wielu spośród polskich dziennikarzy jest i zawsze będzie aktywną częścią „pokolenia JP II” w naszej Ojczyźnie.

Kościół wobec mediokracji

Jeśli mediokracja jest swoistą uzurpacją władzy publicznej, zjawiskiem zagrażającym demokracji oraz szkodliwym dla społeczeństwa, Kościoła i państwa, to oczywiście należy wyciągnąć stąd odpowiednie wnioski i dążyć do unormowania relacji między mediami a polityką jako „roztropną troską o dobro wspólne” (Jan Paweł II), między demokratyczną wolą społeczeństwa a władzą potężnych właścicieli mediów, między mediami i Kościołem. W teologiczno-praktycznej refleksji Kościoła dotyczącej tych postulatów wyłaniają się trzy wskazania i sposoby ich realizacji: trzeba znowelizować lub stworzyć nowe prawo prasowe (medialne), zorganizować powszechną edukację medialną w duchu etyki i pedagogiki chrześcijańskiej oraz dążyć do pewnej integracji mediów katolickich tak, by stały się większą przeciwwagą do laickich koncernów medialnych w Polsce. Postulaty te zostaną krótko omówione poniżej.

1. O nowe prawo prasowe (medialne)

W kierunku nowelizacji „prawa prasowego” były i są podejmowane różne działania, ale niestety mało skuteczne z powodu „twardości materii”: media są odporne a polityczni decydenci słabi lub uzależnieni od mediów, które ich popierają, pomagają w dotarciu do elektoratu i wygraniu wyborów.

W 2004 roku sejmowa Komisja Kultury i Środków Przekazu zorganizowała konferencję Polityka a środki masowej informacji, podczas której naukowcy, politycy i dziennikarze rozważali zagadnienie napiętych relacji między mediami a polityką. Obie strony wzajemnie się oskarżały o niewłaściwe traktowanie, zarzucając sobie między innymi

niekompetencję, arogancję i uzurpację. Propozycje i postulaty rozwiązania problemu dotyczyły głównie potrzeby uregulowań prawnych i respektowania norm etycznych, jakie obowiązują obie strony i podmioty życia społeczno-politycznego.

W dyskusji podkreślano, że media, realizując swoją misję i funkcję kontrolną wobec władzy politycznej, mają prawo i poniekąd obowiązek reagować na różne jej potknięcia, nadużycia i zaniedbania, piętnować kłamstwa, niejasne powiązania z biznesem, nepotyzm, prywatę i korupcję. Ale nie mają prawa, nadużywając „wolności słowa”, niszczyć, oczerniać, wynosić się ponad tę władzę, uzurpować sobie jej prerogatywy czy atrybuty. Władza polityczna, chcąc skutecznie wykonywać swoją służbę „dobru wspólnemu”, całemu społeczeństwu, nie może być paraliżowana w swej działalności przez agresywne media, przez potężne media komercyjne i zagraniczne koncerny medialne, które mają na oku swoje interesy i korzyści, a nie zawsze polską rację stanu czy dobro społeczeństwa.

Zwłaszcza media publiczne lub misyjne mają obowiązek służby dobru wspólnemu, kulturze i tradycji narodowej, etosowi społecznemu, rozwojowi demokracji. W referacie Po winności mediów publicznych wobec demokracji, wygłoszonym na wspomnianej konferencji, senator Krystyna Doktorowicz wskazała między innymi na zagrożenia dla mediów publicznych ze strony zagranicznych koncernów medialnych, dysponujących ogromnym kapitałem i dominujących na rynku mediów, reklam, zysków, konkurencyjnych działań. Ponadto wyraziła stanowczy postulat ratowania mediów publicznych, zwłaszcza telewizji, stwierdzając: Wielkie zagrożenia dla telewizji publicznej są również wielkimi zagrożeniami dla demokracji. Wszystko, co się robi, aby zniszczyć czy zmarginalizować telewizję publiczną czy radio publiczne, jest przeciwko demokracji.⁴² Niestety, dziś właśnie jesteśmy świadkami zaistnienia tego zagrożenia i szkodliwych działań pewnych sił politycznych oraz biznesowych, a także świadkami walki o ratowanie mediów publicznych w Polsce.⁴³

Nie ulega wątpliwości, że wszelkie nadużycia i nieprawidłowości w działaniu mediów wobec władzy ustawodawczej, wykonawczej i sądowniczej, powinny być eliminowane w oparciu o normy odnośnego prawa państwowego i etyki dziennikarskiej. Jacek Sobczak (UAM), autor podręcznika akademickiego *Prawo prasowe* (Warszawa 2000), jak i wielu medioznawców, postuluje pilną nowelizację czy wręcz dogłębną zmianę aktualnie obowiązującego, polskiego „prawa prasowego”, które powstało w okresie stanu wojennego, w 1984 roku i jest już mało przydatne do rozwiązywania wielu dzisiejszych problemów dziennikarstwa. W swoim referacie na wspomnianej wyżej konferencji Sobczak wyraził opinię, że obecne prawo prasowe paradoksalnie wydaje się aktem prawnym wygodnym dla dziennikarzy, redaktorów naczelnych i właścicieli tytułów prasowych. Dlaczego? Ponieważ na bardzo wiele ono im pozwala, daje im dużo wolności, a mało odpowiedzialności.

⁴² K. Doktorowicz, *Powinności mediów publicznych wobec demokracji*, w: M. Lipińska (red.), *Polityka a środki masowej informacji*, Warszawa 2004, s. 94.

⁴³ Przywódca PO uważa, że media publiczne nie są potrzebne, <http://www.polskieradio.pl/mediapubliczne/sygnaly/artukul19553.html>, 09.07.2009; *Przyszłość mediów publicznych zagrożona*, <http://www.polskieradio.pl/mediapubliczne/sygnaly/artukul20036.html>, 11.09.2009; P. Bielawski, *Media publiczne w Polsce*, w: I. Borkowski, A. Woźny (red.), *Nowe media, nowe w mediach*, Wrocław 2002; K. Jakubowicz, *Media publiczne. Początek końca czy nowy początek*, Warszawa 2007.

I tak, dla dziennikarzy jest ono wygodnym aktem prawnym – bo nie ryzykując zbyt wiele, mogą opłuć i zniesławić każdego, a ewentualne procesy o ochronę dóbr osobistych bądź o zniesławienie [...] w polskich realiach toczą się latami. Dla redaktorów naczelnych – bo mogą praktycznie zrobić z podległym sobie dziennikarzem wszystko, co tylko chcą, zwolnić go, przenieść z działu do działu, zmusić do pisania wbrew jego przekonaniom. Dla właścicieli mediów zaś – bo praktycznie bez przeszkód mogą zwalniać redaktorów naczelnych, nie licząc się zarówno z interesami czytelników, jak i zespołów redakcyjnych.⁴⁴

Tu właśnie leży jedno ze źródeł mediokracji, która ujawnia się przede wszystkim w nadmiernej władzy właścicieli koncernów medialnych, mogących poprzez osobiste decyzje personalne czy merytoryczne realizować własną „wizję Polski” i wywierać określony wpływ na politykę państwową, na władzę ustawodawczą, wykonawczą i sądowniczą. Poza tym „władza” dziennikarzy, mogących bez większych konsekwencji prawnych nadużywać „wolności słowa” poprzez zniesławianie i obrażanie różnych osób czy organizacji, powinna być ograniczona odpowiednimi przepisami „prawa prasowego”, które musi być wreszcie w Polsce znowelizowane lub stworzone. Nie ustają zresztą starania o to i krytyczne uwagi, jak na przykład: że Polska ma jedne z najgorszych regulacji prawnych rynku medialnego i że wszelkie konstruktywne działania w tym zakresie były skutecznie blokowane przez koncerny medialne.⁴⁵

Podkreślmy postulat specjalisty z zakresu prawa mediów, cytowanego prof. Jacka Sobczaka, by obecne „niewątpliwie przestarzałe” przepisy i normy prawa prasowego zastąpić nowym, które winno być „oparte na jasnych podstawach aksjologicznych i gwarantować możliwie najszerszą wolność słowa”, z tym, że „wolność ta ma służyć nie tylko dziennikarzom, ale przede wszystkim każdemu człowiekowi”, w związku z czym „przepisy prawa prasowego powinny zapewniać ludziom w miarę nieskrępowane możliwości reakcji na krytykę prasową, łatwy dostęp do sprostowań i odpowiedzi”. Poza tym, muszą one zawierać „ustawowe gwarancje dla klauzul sumienia”, które pozwalają dziennikarzom na prawidłowe wykonywanie ich misji, umożliwiają odpowiednie uniezależnienie się od redaktorów naczelnych, a w szczególności od właścicieli mediów oraz ich opcji politycznych czy ideologicznych. Jednocześnie jednak nowe polskie prawo prasowe powinno jasno określać „zasady pełnienia zawodu dziennikarskiego, granic wolności i podstaw odpowiedzialności” ludzi mediów w Polsce.⁴⁶

By do tych pożądaných zmian prawa prasowego doszło, i to jak najrychlej, konieczna jest szeroka i otwarta debata publiczna na ten temat w środowiskach dziennikarskich, politycznych i naukowych oraz stanowcze żądanie tych zmian przez odpowiedzialne za to gremia oficjalne i obywatelskie, w tym także uczelnie katolickie kształcące

⁴⁴ J. Sobczak, *Czy czas na zmianę prawa prasowego?*, art. cyt., s. 31 n.; zob. A. Lepa, *Pedagogika mass mediów*, Łódź 1998.

⁴⁵ J. M. Jackowski, *Wokół mediokracji*, art. cyt., s. 53.

⁴⁶ J. Sobczak, *Czy czas na zmianę prawa prasowego?*, art. cyt., s. 33; Tenże, *Wolność prasy. Złudzenia – oczekiwania – rzeczywistość*, w: M. Sokołowski (red.), *Media w Polsce. Pierwsza władza IV RP?*, dz. cyt., s. 303-334; A. Iłciów, *Niezależne media? Deklaracje i rzeczywistość*, w: M. Sokołowski (red.), *Media w Polsce...*, dz. cyt., s. 224-237.



Nie ulega wątpliwości, że wszelkie nadużycia i nieprawidłowości w działaniu mediów wobec władzy ustawodawczej, wykonawczej i sądowniczej, powinny być eliminowane w oparciu o normy odnośnego prawa państwowego i etyki dziennikarskiej.

przyszłych dziennikarzy i nauczycieli edukacji medialnej. Są to w szczególności Katolicki Uniwersytet Lubelski, Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie i Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie.

2. O powszechną edukację medialną

Niestety, edukacja medialna w polskich szkołach jest zupełnie zaniedbana. Dotąd była to tak zwana ścieżka edukacyjna, w ramach której zazwyczaj nauczyciele różnych przedmiotów prowadzili w poszczególnych klasach po kilka godzin zajęć komputerowych czy informatycznych. Tymczasem według nowych zaleceń programowych Ministerstwa Edukacji Narodowej nauczyciele wszystkich przedmiotów mają w ramach swoich zajęć dydaktycznych uwrażliwiać dzieci i młodzież na zagrożenia płynące z mediów i przekazywać ogólną wiedzę o funkcjonowaniu czy odbiorze przekazów medialnych. W podstawach programowych, wprowadzonych rozporządzeniem MEN z 23 grudnia 2008 roku,⁴⁷ znalazły się jedynie ogólne zapisy dotyczące potrzeby edukacji medialnej: „Ponieważ środki społecznego przekazu odgrywają coraz większą rolę, zarówno w życiu społecznym, jak i indywidualnym, każdy nauczyciel powinien poświęcić dużo uwagi edukacji medialnej, czyli wychowaniu uczniów do właściwego odbioru i wykorzystania mediów” – czytamy w preambule podstawy programowej dla gimnazjum i szkół ponadgimnazjalnych (zał. 4 do „Rozporządzenia”).⁴⁸ MEN nie wyklucza jednak możliwości prowadzenia zajęć z edukacji medialnej jako odrębnego przedmiotu.

Nie ma też wystarczającej liczby odpowiednio przygotowanych nauczycieli, nie ma pełnego zrozumienia potrzeby takiego przedmiotu nauczania. Zwykle edukację medialną traktuje się tylko od strony techniczno-informatycznej (na przykład bibliotekarz szkolny uczy dzieci, jak korzystać z internetu, komputera). Tymczasem chodzi tu o pedagogię, o wychowanie do odbioru mediów. Jest więc pilnym postulatem, by w programach szkolnych znalazł się obowiązkowy przedmiot „edukacja medialna”.

⁴⁷ Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 23 grudnia 2008 r. w sprawie podstawy programowej wychowania przedszkolnego oraz kształcenia ogólnego w poszczególnych typach szkół, <http://www.reformaprogramowa.men.gov.pl/dla-nauczycieli/rozporzadzenie-o-podstawie-programowej-wcalosci> (14.05.2009).

⁴⁸ Załącznik nr 4 - Podstawa programowa kształcenia ogólnego dla gimnazjów i szkół ponadgimnazjalnych, których ukończenie umożliwia uzyskanie świadectwa dojrzałości po zdaniu egzaminu maturalnego, http://bip.men.gov.pl/men_bip/akty_prawne/rozporzadzenie_20081223_zal_4.pdf, 14.05.2009.

W październiku 2000 roku o „edukacji medialnej” jako pilnej „potrzebie i wyzwaniu przyszłości” dyskutowano na międzynarodowej konferencji naukowej w Warszawie. Didier Schretter, przewodniczący Europejskiego Stowarzyszenia Edukacji Medialnej, w wygłoszonym na tej konferencji referacie Stan edukacji medialnej w Europie Zachodniej, powiedział między innymi: Parlament Europejski i Rada Europy, a także UNESCO uznały sprawę edukacji medialnej za zagadnienie priorytetowe [...]. Większość krajów Europy Zachodniej wprowadziła oficjalnie edukację medialną do szkolnych programów.⁴⁹ Podkreślił, że szeroko rozumiana edukacja medialna ma obejmować nie tylko dzieci szkolne i młodzież akademicką, ale wszystkie warstwy społeczeństwa. Schretter zachęcał organizacje i instytucje medialno-edukacyjne w Polsce do współpracy z Europejskim Stowarzyszeniem Edukacji Medialnej.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji organizuje cykliczne konferencje na temat Edukacja medialna w Polsce – z udziałem przedstawicieli Ministerstwa Edukacji Narodowej, uczelni i mediów. Uczestniczący w nich wykładowcy UKSW (ks. prof. A. Lewek, dr P. Drzewiecki, dr Grzegorz Łęcicki) wraz z innymi dyskutantami postulowali niejednokrotnie i uzasadniali pilną potrzebę wprowadzenia „edukacji medialnej” jako obowiązkowego przedmiotu w szkolnictwie polskim. W odpowiedzi na to pracownik MEN twierdził, że nie wprowadza się tego przedmiotu do szkół z powodu braku nauczycieli. Z kolei wykładowcy uczelni poinformowali, że wielu studentów nie podejmuje się studiowania specjalizacji „edukacja medialna”, ponieważ nie ma jej w szkołach i nie zostaną zatrudnieni w nich. I tak koło się zamyka. Są też pomysły czy propozycje, by edukację medialną, pojmowaną nie jako technikę, lecz jako etykę, prowadzili odpowiednio przygotowani do tego nauczyciele religii.

Dodajmy, że w 2008 roku powstało „Polskie Stowarzyszenie Edukacji Medialnej i Dziennikarskiej im. Jana Pawła II”, którego statut zatwierdziła Konferencja Episkopatu Polski. Wśród jego statutowych celów i zadań jest również organizowanie i popieranie działalności medialno-edukacyjnej w seminariach duchownych i szkolnictwie polskim.

Podczas Kongresu Kultury Polskiej (Kraków, 23-25 września 2009 roku) Wiesław Godzic, wybitny medioznawca, przedstawił – opracowany na zlecenie Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego – obszerny raport o sytuacji polskich mediów (głównie audiowizualnych) w latach 1989-2008. Wśród wniosków i postulatów znalazł się punkt Priorytet dla edukacji medialnej. Warto tu przytoczyć ten bardzo ważny, syntetyczny i kompetentny fragment raportu, mając świadomość, że dotyczy on nie tylko młodzieży szkolnej, lecz także kleryków, księży i całego społeczeństwa polskiego: Edukacja medialna jest obszarem, który powinien być wspierany i wymuszany nie tylko przez zmiany systemowe w szkolnictwie, ale także przez wiele innych inicjatyw. Niezwykle ważne są ruchy oddolne, lobbing środowisk akademickich, organizacji edukacyjnych, ale przede wszystkim współpraca między ministerstwami dbającymi o kulturę w szerokim rozumieniu. Należy zaangażować się w stworzenie polityki edukacji medialnej.

⁴⁹ *Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, Edukacja medialna. Potrzeba i wyzwanie przyszłości. Materiały z konferencji naukowej, 18 X 2000, Warszawa 2001, s. 10 n.*

Media są głównym czynnikiem umożliwiającym zrozumienie świata oraz uczestnictwo w życiu kulturalnym, w związku z tym za priorytet należy uznać upowszechnienie wiedzy na temat ich funkcjonowania oraz umiejętności odbioru. Realizacja tego celu ma wpłynąć na nauczanie o mediach dzieci i młodzieży. Co więcej, należy poszerzać kompetencje odbiorcze obywateli dorosłych oraz wyposażyć ich w krytyczne myślenie odnośnie do jakości treści i zmotywowania do kreatywnych praktyk użytkowniczych.

Kształcenie dorosłych w zakresie edukacji medialnej powinno przebiegać dwutorowo. Po pierwsze, należy doksztalać w tym kierunku dorosłych odbiorców, spośród których część ma niewielkie umiejętności w zakresie korzystania z nowoczesnych technologii medialnych. Po drugie zaś, niezbędne jest kształcenie przyszłych edukatorów medialnych (osobne specjalności mogłyby być organizowane dla studentów różnych kierunków), którzy w przyszłości mogliby profesjonalnie przekazywać wiedzę na ten temat zainteresowanym w różnym wieku.

Problem jest skomplikowany, ponieważ jednocześnie należy kształcić zarówno odpowiednią kadre nauczycieli nowych mediów, jak i ich uczniów. Należy doprowadzić do powstania odpowiednich programów edukacyjnych na poziomie uniwersyteckim, szkolnym, a także przedszkolnym. Jednocześnie nauczani powinni być i dorośli, i ich dzieci. Program nauczania dotyczyć musi połączenia w różnych proporcjach wiedzy o mediach, krytycznej analizy zawartości mediów oraz ich historii; niezbędne jest ponadto kształcenie umiejętności artystycznych, twórczych i komunikacyjnych w tym zakresie.

Słuszny wydaje się postulat wprowadzenia edukacji medialnej jako odrębnego przedmiotu szkolnego, w ramach którego uczniowie nie tylko zdobywaliby wiedzę z zakresu wykorzystania nowoczesnych środków przekazu, ale także – uczyliby się świadomego odbioru. Niefortunny – a przynajmniej trudny do zrealizowania – wydaje się pomysł włączenia treści edukacji medialnej do programu innego przedmiotu (pojawiają się między innymi głosy, że mogłaby to być plastyka lub informatyka), ponieważ doprowadziłoby to do sytuacji, w której edukacją medialną zajmują się «z przymusu» osoby nieprzygotowane do tego merytorycznie.⁵⁰

Stwierdzamy więc, że edukacja medialna – to pilny postulat i jeden ze środków zaradczych na zagrożenia i niebezpieczeństwa płynące z nadmiernej „władzy mediów”, czyli mediokracji. I tu pewna uwaga: istnieją domysły niektórych znawców problemu, że właśnie media komercyjne i prywatne koncerny medialne nie popierają postulatów prowadzenia powszechnej edukacji medialnej, czyli wychowania społeczeństwa do krytycznego, selektywnego i aktywnego odbioru tego, co mu one proponują w swoich środkach przekazu. Lobby medialne ma wiele możliwości, by utrudniać lub eliminować próby wprowadzenia edukacji medialnej do programów szkolnych.

3. O integrację katolickich mediów

Kolejnym środkiem przeciwdziałającym szkodliwej mediokracji może i powinna być integracja katolickich mediów tak, by stały się one skuteczną przeciwwagą wobec po-

⁵⁰ [http://www.kongreskultury.pl/library/File/RaportMedia/media_audio_w.pelna\(1\).pdf](http://www.kongreskultury.pl/library/File/RaportMedia/media_audio_w.pelna(1).pdf), 25.09.2009.

teżnych mediów laickich. Tu oczywiście rodzą się od razu pytania i kwestie organizacyjno-strukturalne. Znane są dyskusje, czy lepiej byłoby stworzyć w Kościele jedno potężne medium, czy raczej odrębne w każdej diecezji? Jedno i drugie rozwiązanie ma swoje zalety i słabości. Mimo wszystko jednak wydaje się, że należy dążyć do pewnych form integracji mediów katolickich, które byłyby równie potężne, jak laickie, oraz zintegrowane, współpracujące ze sobą i przeciwstawiające się mediokracji antykościelnej, antywangelizacyjnej, szkodliwej dla narodu i Kościoła.

Do silnych mediów katolickich – ze względu na wielkość nakładu prasy czy zasięg odbioru radiowego – można zaliczyć głównie tygodniki ogólnopolskie „Niedziela” i „Gość Niedzielny” oraz „Radio Maryja”.⁵¹ Jak jednak zdynamizować i bardziej usprawnić postulowaną integrację oraz współpracę tych ośrodków medialnych – oto pytanie i zadanie do wykonania.

Znakomitym i cennym przykładem owej współpracy jest wspólna (pierwsza w historii mediów katolickich) inicjatywa wydawnicza siedmiu redakcji – „Katolickiej Agencji Informacyjnej”, „Gościa Niedzielnego”, „Idziemy”, „Niedzieli”, „Przewodnika Katolickiego”, „Tygodnika Powszechnego” i „Źródła” – które 13 grudnia 2009 roku opublikowały (jako bezpłatny dodatek do swoich czasopism) 16-stronicowe opracowanie Kościoła o metodzie *in vitro*. Bioetyka katolicka. We „Wprowadzeniu” przewodniczący Konferencji Episkopatu Polski ks. abp Józef Michalik napisał: Niniejsze wydawnictwo stanowi cenny wkład środowisk katolickich w debatę bioetyczną w Polsce. Prezentuje szeroką panoramę problemów bioetycznych, ze szczególnym uwzględnieniem sztucznego zapłodnienia metodą *in vitro*, które wzbudza gorące dyskusje publiczne. Próbuje też przedstawić stanowisko Kościoła katolickiego na temat problemów bioetycznych, a także analizuje złożone w Sejmie projekty ustaw regulujących tę sferę, dokonując oceny z perspektywy etyki opartej na wierności prawom natury, które precyzują Boże przykazania, oraz opierając się na nauczaniu Kościoła. Szczególnie cenna jest część ukazująca katolicką propozycję wychodzenia z bezdziejności. Niniejsze wydawnictwo ma charakter bezprecedensowy [...]. Jest to ważne wydarzenie dla środowiska mediów katolickich, świadczące o tym, że mogą one się zjednoczyć wokół prawdziwych wartości. Oby ta inicjatywa była kontynuowana i dołączały do niej inne środki społecznego przekazu.

Na koniec wypada otwarcie stwierdzić, że krytykowanej i kwestionowanej mediokracji w Polsce nie da się nigdy całkowicie wyeliminować. Wobec tego trzeba wyjść zdecydowanie na przeciw jej złym przejawom i niebezpiecznym skutkom oraz podejmować starania o realizację powyższych postulatów i stosować proponowane środki zaradcze. Ale nawet spełnienie tych wskazań nie gwarantuje, że mediokracja w tej czy innej formie nie będzie nadal istniała. Powinna to być jednak mediokracja, czyli władza mediów, unormowana i prawnie ograniczona, spełniająca w sposób właściwy swoje podstawowe funkcje informacyjne, edukacyjne, rozrywkowe (dla

⁵¹ Zob. I. Krzemiński (red.), *Czego nas uczy Radio Maryja? Socjologia treści i recepcji rozgłośni*, Warszawa 2009.

społeczeństwa) i kontrolne (wobec władz politycznych czy instytucji publicznych), a nie mediokracja bez ograniczeń prawnych i etycznych, zbyt „upolityczniona” partyjnie i dyktatorska, spełniająca głównie funkcje komercyjne, szkodliwa i niebezpieczna dla indywidualnego człowieka, narodu, państwa i Kościoła. ■

O AUTORZE:

Ks. Antoni Lewek (1940-2010) - prof. dr hab., był kapłanem archidiecezji poznańskiej (wyśw. 1963). Studia specjalistyczne w zakresie homiletyki odbył na Akademii Teologii Katolickiej w Warszawie (1967-1971) oraz w Institut für Katechetik und Homiletik w Monachium (1971-1973). Od 1973 etatowy pracownik naukowy Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego (do 1999 - Akademia Teologii Katolickiej) w Warszawie.

W latach 1983-1999 kierownikiem Katedry Homiletyki ATK. W 1982-1997 (trzy kadencje) - przewodniczący Sekcji Homiletów Polskich przy Komisji Episkopatu ds. Nauki Katolickiej. Od 2004 - pracownik Wyższej Szkoły Dziennikarskiej im. Melchiora Wańkowicza w Warszawie.

Inicjator i organizator nowej specjalności studiów na Wydziale Teologicznym ATK: Teologii Środków Społecznego Przekazu. Od 2002 r. - dyrektor Instytutu Edukacji Medialnej i Dziennikarstwa na Wydziale Teologicznym UKSW w Warszawie. Inicjator i organizator (od 2009 - przewodniczący) Polskiego Stowarzyszenia Edukacji Medialnej i Dziennikarskiej im. Jana Pawła II (PSEMID). Opublikował ponad 300 publikacji naukowych - artykułów i książek. Zmarł 18 lipca 2010 r. w Katowicach.