

Waldemar Kulbat

Opinia publiczna a Kościół

Łódzkie Studia Teologiczne 13, 115-125

2004

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

KS. WALDEMAR KULBAT
Wyższe Seminarium Duchowne
Łódź

OPINIA PUBLICZNA A KOŚCIÓŁ

Opinia publiczna to zbiorowe przekonania wyrażane przez ludzi. Składają się na nią postawy, poglądy i przekonania odnośnie do najbardziej żywotnych dla społeczeństwa spraw. Ponieważ opinia publiczna ma ogromne znaczenie w życiu społeczeństwa, więc jest przedmiotem zainteresowania różnych grup i środowisk społecznych, zwłaszcza partii politycznych, grup interesu, grup ideologicznych i światopoglądowych. Opinia publiczna może podlegać manipulacji i sterowaniu poprzez media znajdujące się w dyspozycji grup władzy, biznesu i ideologii¹. „Nie ma dziś takiego miejsca, w którym nie daje się odczuć wpływu środków przekazu na postawy religijne i moralne, na systemy polityczne i społeczne, czy na wychowanie”². Dzięki mediom świat się stał „globalną wioską”³. Programy medialne mogą przekazywać nowe hierarchie wartości, autorytety, narzucać sposób myślenia, zmieniać dotychczasowe poglądy. Wpływ różnych środowisk na opinię publiczną może mieć charakter pozytywny lub negatywny. Może pomagać człowiekowi w jego rozwoju i dojrzewaniu, może też niszczyć i degradować. Zagrożenia te we współczesnych czasach odnoszą się do wartości religijnych i moralnych. Środki masowego przekazu w rękach nihilistycznych elit stają się narzędziem manipulacji zmierzającej do narzucania preferowanej ideologii oraz ograniczenia i kontroli myśli przez tendencyjny dobór informacji i ocen. Media też stają się miejscem propagowania fałszywych wizji człowieka i świata. Dlatego sprawa kształtowania opinii publicznej nie może być dla Kościoła sprawą obojętną. Kościół ma obowiązek przeciwstawiania się wpływom szkodliwym. Jednak dostrzega przede wszystkim w opinii publicznej skuteczne narzędzie wpływu na „prywatne jak i na publiczne życie obywateli wszystkich warstw społecznych”⁴. Już

¹ M. Howiecki, *Media, władza, świadomość społeczna*, Kraków 1997, s. 59–61.

² Papińska Rada do Spraw Środków Społecznego Przekazu, Instrukcja duszpasterska *Aetatis novae* nr 1.

³ Por. M. McLuhan, *Zrozumieć media. Przedłużenia człowieka*, Warszawa 2004, s. 458.

⁴ *Drugi Polski Synod Plenarny 1991–1999*, Poznań 2001, 8.

Pius XII, mając świadomość doniosłości opinii publicznej, określił ją jako: „obraz głosu, dzięki któremu wydarzenia i okoliczności znajdują powszechne i prawie spontaniczne odbicie w umysłach i osądzie ludzi”⁵. Wiek XX przyniósł smutne doświadczenie, w jak ogromnej skali środki masowego przekazu w warunkach systemu totalitarnego mogą urabiać opinię publiczną wrogo w stosunku do Kościoła. Tymczasem Kościół, ponieważ nie dysponował mediami, był ograniczony w możliwościach ewangelizacji. Tymczasem samo tylko kształtowanie opinii publicznej na temat Kościoła i religii w sposób obiektywny już stanowi działalność ewangelizacyjną. Dlatego instrukcja *Communio et progressio* uznaje opinię publiczną za konieczny element życia społecznego, współpracy i dialogu⁶. Na wstępie rodzi się pytanie o uzasadnienie sprawy kształtowania opinii publicznej przez Kościół.

UZASADNIENIE BIBLIJNE

Zaangażowanie Kościoła w sprawę kształtowania opinii publicznej ma wielorakie uzasadnienie. Przede wszystkim biblijne. Kościół w swojej misji jest skierowany do świata. Potwierdza to nakaz misyjny: „Idźcie więc i nauczajcie wszystkie narody, udzielając im chrztu w imię Ojca i Syna i Ducha Świętego” (Mt 28, 19). Chrystus polecił także, by Jego przesłanie było głoszone publicznie: „Co mówię wam w ciemności, rozgłaszajcie na dachach” (Mt 10, 27). W Ewangelii św. Jana czytamy: „Jezus mu (arcykapłanowi) odpowiedział: »Ja przemawiałem jawnie przed światem. Nauczałem zawsze w synagodze i w świątyni, gdzie się gromadzą wszyscy Żydzi. Potajemnie zaś nie nauczałem niczego«” (J 18, 20). Prawdy wiary mają być głoszone jawnie. Wszyscy też powinni przyjąć orędzie głoszone przez uczniów Chrystusa: „Pana zaś Chrystusa miejcie w sercach za *Świętego* i bądźcie zawsze gotowi do obrony wobec każdego, kto domaga się od was uzasadnienia tej nadziei, która w was jest” (1 P 3, 15). Wspólnota jest „miastem położonym na Górze”, „światłem świata”: „Wy jesteście światłem świata. Nie może się ukryć miasto położone na górze. Nie zapala się też lampy i nie umieszcza pod korcem, ale na świeczniku, aby świeciła wszystkim, którzy są w domu. Tak niech wasze światło jaśnieje przed ludźmi, aby widzieli wasze dobre uczynki i chwalili Ojca waszego, który jest w niebie” (Mt 5, 14–16). Ewangelizacyjne otwarcie się na świat jest elementem konstytutywnym chrześcijańskiej wspólnoty. Msza święta, kazanie, nauczanie są aktami dokonywanymi publicznie. Stąd mówi się o „publicznym zadaniu” lub publicznej odpowiedzialności Kościoła. Można także mówić o prorockim zadaniu Kościoła w nawiązaniu do starotestamentalnych proroków Izraela ostrzegających swój naród, z polecenia Bożego

⁵ Przemówienie do dziennikarzy katolickich, AAS 42, 1952 s. 251.

⁶ *Communio et progressio*, s. 284–285.

lub o urzędzie pasterskim Kościoła: „Synu człowieczy, ustanowiłem cię stróżem nad pokoleniami izraelskimi. Gdy usłyszysz słowo z ust moich, upomnisz ich w moim imieniu” (Ez 3, 17). Motywy zainteresowania Kościoła sprawą kształtowania opinii publicznej przez media podaje dokument Papieskiej Rady do Spraw Środków Społecznego przekazu: „...Kościół ma także własne motywy, aby interesować się środkami społecznego przekazu. W świetle wiary można postrzegać historię ludzkiego komunikowania się jako długą drogę wiodącą spod wieży Babel – miejsca i symbolu załamania się komunikacji (por. Rdz 11, 4–8) – do Pięćdziesiątnicy i daru języków (por. Dz 2, 5–11), to znaczy do odtworzenia komunikacji mocą Ducha Świętego zesłanego przez Syna. Posłany na świat, aby zwiastować Dobrą Nowinę (por. Mt 28, 19–20; Mk 16, 15), Kościół ma misję głoszenia Ewangelii aż do końca czasów. Wie też, że dzisiaj wymaga to korzystania z mediów⁷.

OPINIA PUBLICZNA JAKO MIEJSCE CHRZEŚCIJAŃSKIEGO ŚWIADECTWA

Powyższe świadectwa biblijne i dokumenty Kościoła uzasadniają obowiązek, a nawet nakaz zaangażowania Kościoła w sprawę kształtowania opinii publicznej. Dlatego Kościół głosi potrzebę, a nawet konieczność kształtowania opinii publicznej. W tym dziele powinni wziąć udział wszyscy, a zwłaszcza ludzie mediów. Jednak ze względu na wagę sprawy i występujące trudności powinni spotkać się ze strony Kościoła z właściwą pomocą:

W życiu społecznym ludzie dokonują niezliczonych wyborów dotyczących środków przekazu. Wprawdzie treść tych wyborów jest różna dla poszczególnych grup i jednostek, ale wszystkie te wybory mają swój ciężar etyczny i podlegają ocenie moralnej. Aby poprawnie wybrać, dokonujący wyborów muszą «znać zasady porządku moralnego i ściśle je wcielać w życie»⁸. „Kościół wnosi również długą tradycję mądrości moralnej, zakorzenionej w Bożym objawieniu i refleksji ludzkiej⁹. Jej częścią jest znaczny i wciąż rosnący dorobek nauki społecznej, stanowiącej – przez swoje teologiczne ukierunkowanie – silną przeciwwagę dla «rozwiązania ‘ateistycznego’, które pozbawia człowieka jednego z jego podstawowych wymiarów, mianowicie wymiaru duchowego, [a także dla] rozwiązań permisywnych i konsumistycznych, które różnymi argumentami próbują go przekonać o jego niezależności od wszelkiego prawa i od Boga»¹⁰. Tradycja ta nie ma

⁷ Por. Sobór Watykański II, *Inter mirifica*, 3; Paweł VI, *Evangelii nuntiandi*, 45; Jan Paweł II, *Redemptoris missio*, 37; Papieska Rada ds. Środków Społecznego Przekazu, *Communio et progressio*, 126–134; *Aetatis novae*, 11, w: *Etyka w środkach społecznego przekazu*, „L’Osservatore Romano”, wyd. polskie, 4/2001, 3.

⁸ Por. *Inter mirifica*, 4; por. *Etyka...*, 5.

⁹ Por. Jan Paweł II, *Fides et ratio*, 36–48.

¹⁰ Jan Paweł II, *Centesimus annus*, 55.

być jedynie instancją osądzającą, ale raczej pragnie służyć mediom. Na przykład «kultura mądrości – właściwa Kościołowi – może uchronić medialną kulturę informacji przed staniem się bezsensownym gromadzeniem faktów»¹¹.

Kościół wnosi w tę debatę jeszcze coś więcej. Jego szczególnym wkładem w sprawy ludzkie, w tym także w dziedzinę przekazu społecznego, jest «takie rozumienie godności osoby, jakie w całej pełni objawia tajemnica Słowa Wcielonego»¹². Mówiąc słowami Soboru Watykańskiego II, «Chrystus, nowy Adam, już w samym objawieniu tajemnicy Ojca i Jego miłości objawia w pełni człowieka samemu człowiekowi i okazuje mu najwyższe jego powołanie» (*Gaudium et spes*, 22)¹³.

Jednak pojmowanie opinii publicznej przez Kościół różni się zasadniczo od pojmowania świeckiego. Świecka opinia publiczna ma zabezpieczyć i chronić porządek i prawa pluralistycznego społeczeństwa, zabezpieczać przed narzucaniem ideologii czy różnych form dominacji i zniewoleń. Natomiast przepowiadanie ewangelii dotyczy innego poziomu: głosi zbawienie, i wyzwolenie od najbardziej radykalnej alienacji, którą jest nieposłuszeństwo wobec Boga i grzech. Nakaz publicznego głoszenia ewangelii sprawia, że dla Kościoła opinia publiczna powinna być traktowana jako miejsce chrześcijańskiego świadectwa. Niekiedy Kościołowi w jego społecznym zaangażowaniu zagraża sytuacja, iż stanie się wcieleniem *religii cywilnej*, w której motywy świeckie, narodowe, polityczne czy inne przewyższą religijne¹⁴. Ta możliwość nie powinna powstrzymywać wiernych przed daniem świadectwa, które jest budowaniem autentycznej opinii publicznej. Podstawowe teksty nauki społecznej Kościoła potwierdzają to stanowisko: „Aby ożywiać duchem chrześcijańskim doczesną rzeczywistość, służąc – jak zostało to powiedziane osobie i społeczeństwu, świeccy nie mogą rezygnować z udziału w »polityce«, czyli w różnego rodzaju działalności gospodarczej, społecznej i prawodawczej, która w sposób organiczny służy wzrastaniu wspólnego dobra; Ojcowie synodalni stwierdzali wielokrotnie, że prawo i obowiązek uczestniczenia w polityce dotyczy wszystkich, każdego; formy tego udziału, płaszczyzny, na jakich się on dokonuje, zadania i odpowiedzialność mogą być bardzo różne i wzajemnie się uzupełniać”¹⁵. Następne zdanie dokumentu, odnośnie do obowiązku dawania świadectwa w życiu publicznym, a więc także w formowaniu opinii publicznej, jest szczególnie ważne: „Ani oskarżenia o karierowiczowstwo, o kult władzy, o egoizm i korupcję, które nierzadko są kierowane pod adresem ludzi wchodzących w skład rządu, parlamentu, klasy panującej czy partii politycznej, ani dość rozpowszechniony pogląd, że polityka musi być terenem moralnego zagrożenia, bynajmniej nie usprawiedliwiają sceptycyzmu i nieobecności

¹¹ Jan Paweł II, *Orędzie na XXXIII Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu*, 1999 r.

¹² Por. *Centesimus annus*, 47.

¹³ *Etyka w środkach...*, 5.

¹⁴ Por. I. Borowik, *Civil religion*, w: *Religia, Encyklopedia PWN*, t. 3, Warszawa 2001, s. 18–20.

¹⁵ Jan Paweł II, *Adhortacja apostolska Christifideles laici*, w: *Adhortacje apostolskie Ojca Świętego Jana Pawła II*, Kraków 1996, s. 346–480, nr 42.

chrześcijan w sprawach publicznych [...] równocześnie pilnym i odpowiedzialnym zadaniem świeckich jest dawanie świadectwa tym wartościom ludzkim i ewangelicznym, które posiadają wewnętrzny związek z działalnością polityczną, jak wolność, sprawiedliwość, solidarność, wierne i bezinteresowne oddanie sprawie wspólnego dobra...¹⁶. Powyżej przytoczone stwierdzenia stanowią zachętę przede wszystkim do odważnego wyrażania swoich poglądów oraz uczestniczenia w życiu społeczeństwa, z wykluczeniem jakiegokolwiek formy dyskryminacji¹⁷. Wpływ katolików na życie publiczne ma na myśli także kard. J. Ratzinger, gdy pisze: „tam gdzie Bóg i ustanowiona przez Niego podstawowa forma ludzkiej egzystencji zostaje usunięta z życia publicznego i przesunięta jedynie w prywatną, subiektywną przestrzeń życia, tam ulega likwidacji również samo pojęcie prawa, a przez to fundament pokoju”¹⁸. Oznacza to, że kształtowanie wrażliwego sumienia, wychowanie społeczeństwa w duchu wiary oraz do dawania świadectwa w życiu publicznym jest tworzeniem fundamentu pokoju i sprawiedliwości. Również liturgia Kościoła, w której biorą udział wierni, stanowiąc akt publiczny, wiąże się z przekazywaniem wiary, stanowi więc środek budowania opinii publicznej. Inną postać opinii publicznej kształtują procesy socjalizacji zachodzące w ramach rodziny. Do tego dochodzi polityczny system komunikacji opinii publicznej, który funkcjonuje w rodzinie i w procesach rodzinnej socjalizacji. Istnieją więc różne wpływy socjalizacji i stosunki napięcia między relacjami osobowymi i opinią publiczną. Zgodnie z zasadą pomocniczości¹⁹, opinia publiczna w Kościele winna być środkiem budzenia odpowiedzialności za wspólnotę, jej ład i kierownictwo.

Wszyscy członkowie wspólnoty kościelnej mają prawo i obowiązek kształtowania opinii publicznej w Ludzie Bożym, by w ten sposób przyczyniać się do wzrostu dobra wspólnego Kościoła lokalnego, partykularnego i powszechnego. Opinia publiczna w Kościele zakłada funkcję krytyczną i kontrolną, przy czym ta krytyka nie powinna być przeprowadzana przeciw Kościołowi, lecz w Kościele i dla dobra Kościoła, co może owocować ożywieniem wiary i zwiększeniem wiarygodności Kościoła²⁰. W warunkach systemu totalitarnego Kościół był pozbawiony dostępu do mediów. Ponadto manipulowana opinia publiczna utrudniała Kościołowi swobodne komunikowanie się oraz przekaz ewangelizacyjny. W społeczeństwach zniewolonych totalitaryzmem występował kompleks czynników,

¹⁶ Tamże.

¹⁷ Por. W. Kulbat, *Spoleczne zaangażowanie katolików a zagrożenie „religii politycznej”*, w: *Człowiek–Kościół–Świat. Katolicka myśl społeczna u progu III tysiąclecia*, Łódź 2002, s. 299–304, tu s. 301.

¹⁸ J. Cardinal Ratzinger, *Wendezeit für Europa. Diagnosen und Prognosen zur Lage von Kirche und Welt*, Freiburg 1991, s. 38.

¹⁹ Por. W. Piwowarski, *Zasada pomocniczości*, w: *Słownik katolickiej nauki społecznej*, W. Piwowarski (red.), Warszawa 1993, s. 197–198.

²⁰ Tamże.

których zadaniem było utrzymanie tych społeczeństw pod kontrolą. Istniały także przemyślane systemy manipulacji dla uniformizacji postaw. Często tematy związane z chrześcijaństwem były eliminowane lub traktowane jako element folkloru. Obecnie w systemie demokratyczno-liberalnym trudności wywodzą się z atmosfery cywilizacji skażonej immanentyzmem, konsumeryzmem, hedonizmem, permissywnością. Media sterowane przez ludzi inspirowanych ateistyczną lub nihilistyczną ideologią lub motywowanych chęcią zysku stają się siłą niszczącą, uderzającą w chrześcijańskie, a często ogólnoludzkie wartości. Stąd rodzi się dla Kościoła zadanie odpowiedniej formacji wiernych do samodzielnego, krytycznego myślenia: „W posługiwaniu się środkami przekazu oraz ich odbiorze należy pilnie zatroszczyć się z jednej strony o czynne wychowanie zmysłu krytycznego ożywionego umiłowaniem prawdy, z drugiej – o podejmowanie obrony wolności i poszanowania godności osoby; należy również popierać autentyczną kulturę poszczególnych narodów zdecydowanie i z odwagą przeciwstawiając się wszelkim formom monopolizacji i manipulacji”²¹. Na temat działalności mass mediów, które szkodzą dobru osoby oraz o środkach zaradczych pisze wyczerpująco Papieska Rada Środków Społecznego Przekazu w dokumencie *Etyka w środkach społecznego przekazu* (Watykan 4 VI 2000). Przede wszystkim media są często przyczyną alienacji i marginalizacji społecznej: „Media mogą być także wykorzystywane w taki sposób, że paraliżują wspólnotę i szkodzą integralnemu dobru ludzi. Czyli to, gdy prowadzą do wyobcowania ludzi, spychają ich na margines życia społecznego i izolują; gdy wciągają ich w szkodliwe wspólnoty, skupione wokół fałszywych, destrukcyjnych wartości; gdy rozniecają wrogość i konflikty, demonizując innych i kształtując mentalność opartą na przeciwstawieniu »my« i »oni«; gdy ukazują w pozytywnym świetle to, co niegodziwe i degradujące, natomiast ignorują lub umniejszają to, co doskonali i uszlachetnia; gdy rozpowszechniają informacje bałamutne i fałszywe, skupiając uwagę na sprawach nieważnych i banalnych. Tworzenie stereotypów – opartych na rasie, narodowości, płci, wieku i innych czynnikach, w tym także religii – jest praktyką niepokojąco powszechną w mediach. Często też przekaz społeczny pomija to, co naprawdę nowe i ważne, między innymi również przesłanie Ewangelii, a koncentruje się wyłącznie na tym, co modne lub przyciąga chwilową uwagę. Nadużycia występują we wszystkich poprzednio wymienionych dziedzinach”²². Szkodliwa działalność mediów na forum opinii publicznej powoduje określone szkody w dziedzinie gospodarczej: „Media są czasem wykorzystywane do budowania i utrzymywania systemów ekonomicznych, które służą zaspokajaniu chciwości i zachłanności. Przykładem jest tutaj neoliberalizm: »Oparty na czysto ekonomicznej wizji człowieka«, uważa on »zysk i prawa rynku za jedyne normy, ze szkodą dla godności jednostek i na-

²¹ *Christifideles laici*, nr 44.

²² *Etyka w środkach społecznego przekazu*, „L’Osservatore Romano”, wyd. polskie, 4/2001, 13, 15.

rodów oraz dla szacunku, jaki się im należy»²³. W takich okolicznościach środki przekazu, które powinny działać na korzyść wszystkich, są wykorzystywane w interesie nielicznej mniejszości»²⁴.

Szczególnie szkodliwy jest wpływ mediów na opinię publiczną w dziedzinie polityki: „Pozbawieni skrupułów politycy wykorzystują media, szerząc demagogię i fałszywe informacje, które mają uzasadniać niesprawiedliwe decyzje polityczne i utrwalać dyktatorskie reżimy. Przedstawiają w fałszywym świetle swoich przeciwników, systematycznie zniekształcają lub przemilczają prawdę, posługując się propagandą i zmyśleniami. Zamiast jednoczyć ludzi, media oddalają ich wówczas od siebie, tworząc napięcia i klimat podejrzliwości, które stają się zarzewiem konfliktów. Nawet w krajach demokratycznych zdecydowanie zbyt często przywódcy polityczni manipulują opinią publiczną za pośrednictwem mediów zamiast popierać świadome uczestnictwo w życiu politycznym. Zachowywane są zewnętrzne przejawy demokracji, ale techniki zapożyczone z reklamy i z dziedziny relacji komercyjnych stosowane są w celu zapewnienia poparcia działaniom politycznym, które prowadzą do wyzysku określonych społeczności i do łamania podstawowych praw, w tym także prawa do życia»²⁵. Zatrucie opinii publicznej powoduje szkody i zamieszanie także w dziedzinie świata wartości:

„Często media popularyzują także relatywizm i utylitaryzm etyczny, stanowiący podłoże współczesnej kultury śmierci. Włączają się w istniejący dziś »spisek przeciw życiu«, »utwierdzając w opinii publicznej ową kulturę, która uważa stosowanie antykoncepcji, sterylizacji, aborcji, a nawet eutanazji za przejaw postępu i zdobycz wolności, natomiast postawę bezwarunkowej obrony życia ukazują jako wrogą wolności i postępowi«” (*Evangelium vitae*, 17)²⁶. Media deprawują świat opinii publicznej niszcząc nadprzyrodzony wymiar ludzkiego bytowania, absolutyzując doczesność:

„Krytycy boleją często nad powierzchownością i złym smakiem mediów, które nie muszą co prawda być bezbarwne i nudne, ale nie powinny też być kiczowate i otepiające. Nie jest żadnym usprawiedliwieniem teza, że media odzwierciedlają gusty publiczności, ponieważ ze swej strony oddziałują one bardzo mocno na upodobania odbiorców, mają zatem obowiązek kształtować je, a nie deformować. Problem ten przybiera różne postaci. Zamiast rzetelnie i poprawnie wyjaśniać złożone zagadnienia, media informacyjne unikają ich lub przedstawiają je w sposób uproszczony. Media rozrywkowe proponują programy demoralizujące i odczłowieczające, w tym także wyzyskujące seks i przemoc. Przejawem wielkiej nieodpowiedzialności jest lekceważenie lub negowanie faktu, że »pornoграфия i sadystyczna przemoc upodlają seksualność, wypaczają stosunki między-

²³ Jan Paweł II, *Ecclesia in America*, 156.

²⁴ *Etyka w środkach społecznego...*, 14.

²⁵ Por. Jan Paweł II, *Evangelium vitae*, 70, w: *Etyka w środkach społecznego...*, 14.

²⁶ *Etyka w środkach społecznego przekazu...*, 14.

ludzkie, zniewalają jednostki, zwłaszcza kobiety i dzieci, niszczą małżeństwo i życie rodzinne, budzą antyspołeczne postawy i osłabiają moralną tkankę społeczeństwa» (Papieska Rada ds. Środków Społecznego Przekazu, Pornografia i przemoc w środkach przekazu jako problem duszpasterski, 10)²⁷. Poprzez propagowanie płytkiej rozrywki i bezsensownego „spędzania” czasu dokonuje się „banalizacja” ludzkiego życia: „Zamiast szerzyć wiedzę, media mogą rozpraszać ludzi i skłaniać ich do marnotrawienia czasu. Ma to szczególnie negatywny wpływ na dzieci i młodzież, ale także dorośli są narażeni na szkodliwe oddziaływanie programów banalnych i o niskiej jakości. Jedną z przyczyn takiego nadużycia zaufania ze strony mediów jest chciwość, która każe wyżej cenić zysk niż człowieka. Czasem wykorzystuje się też media jako narzędzia indoktrynacji, aby kontrolować, co ludzie wiedzą, i pozbawiać ich dostępu do tych informacji, których w opinii władz nie powinni posiadać. Jest to wynaturzona forma prawdziwej edukacji, która winna pozwalać ludziom na poszerzanie wiedzy i rozwijanie zdolności oraz pomagać im w dążeniu do wartościowych celów, a nie zawężać ich horyzonty i wprzęgać ich energie w służbę ideologii”²⁸.

W dziedzinie opinii publicznej dokonuje się poprzez media atak na religię i Kościół:

„Po stronie mediów należy do nich ignorowanie lub spychanie na ubocze zagadnień i doświadczeń religijnych; traktowanie religii bez należytego zrozumienia, a nawet z lekceważeniem jako przedmiotu płytkiej ciekawości, który nie zasługuje na poważne zainteresowanie; szerzenie religijnych nowinek kosztem tradycyjnej wiary; nieprzyjazne traktowanie prawomocnych społeczności religijnych; ocenianie religii i doświadczenia religijnego według laickich kryteriów przydatności oraz faworyzowanie tych poglądów religijnych, które odpowiadają świeckim upodobaniom; próby zamknięcia transcendencji w granicach racjonalizmu i sceptycyzmu. Dzisiejsze media odzwierciedlają często typowy dla postmodernizmu stan ludzkiego ducha, zamkniętego »w granicach własnej immanencji, bez żadnego odniesienia do transcendencji«” (*Fides et ratio*, 81)²⁹.

WIARA I OPINIA PUBLICZNA

Należy odróżniać wpływ Kościoła na opinię publiczną od zadania, którym jest głoszenie ewangelii jako wezwania do wiary. Istotne zadanie Kościoła nie polega na rozwiązywaniu określonych świeckich problemów, lecz głoszeniu orędzia o odkupieniu świata. Relację między Kościołem a opinią publiczną charakteryzuje istnienie pewnego napięcia. Kościół jest rozpoznawalny w rzeczywistości

²⁷ Tamże, 16.

²⁸ Tamże, 17.

²⁹ Tamże, 18.

świata. Jest jednak w pewnym sensie niewidzialny, ukryty, jako społeczność wiary i Ducha Świętego. Ukrycie i wewnętrzny charakter wiary jest zarazem znakiem i ochroną tajemnicy osoby. Teologiczne poznanie Boga jako tajemniczej rzeczywistości i odpowiadająca temu poznaniu wiara stanowią ochronę przeciw totalitarnym roszczeniom opinii publicznej³⁰. Pełna przejrzystość czyniłaby człowieka bezbronny i uległego wobec totalitarnego systemu opinii publicznej, umożliwiałyby manipulację i zwodzenie. Przeżywana wiara uwalnia od tyranii opinii publicznej i tworzy wolną przestrzeń decyzji indywidualnego sumienia. Jednak współczesne media są miejscem propagowania różnego rodzaju fałszywych wizji człowieka i świata. Stąd cywilizacja współczesna przyczynia się w wielu wypadkach do gwałcenia praw człowieka i jego godności, propagowania materializmu praktycznego, przemocy, pornografii, przyczyniając się do podważania chrześcijańskiego systemu wartości. W rezultacie tych nadużyć współczesna kultura, a z nią także opinia publiczna wykazuje tendencje izolacji nie tylko od wiary chrześcijańskiej, lecz także od uniwersalnych ogólnoludzkich wartości, przez co nie jest w stanie udzielić odpowiedzi na najbardziej fundamentalne pytania, zwłaszcza pytania o sens i cel życia, prawdę i dobro³¹. Ta sytuacja uzasadnia i motywuje obowiązek apostołstwa ludzi wierzących, a szczególnie obowiązek tworzenia kultury alternatywnej, dla kultury zafałszowanej wizji życia ludzkiego.

KSZTAŁTOWANIE OPINII PUBLICZNEJ PRZEZ KATOLICKIE MEDIA

Dla Kościoła nie jest obojętne, jaki kształt przyjmuje opinia publiczna, kto ją formuje, jakie treści w niej dominują oraz według jakich zasad powstaje. W instrukcji *Communio et progressio* (1971) w *Aetatis novae* (1992) oraz w Adhortacji *Etyka w środkach społecznego przekazu* zostało wyrażone stanowisko Urzędu Nauczycielskiego Kościoła w sprawie opinii publicznej. Kościół w tych dokumentach uznał opinię publiczną za konieczny element życia społecznego, współpracy i dialogu, wzywając jednocześnie wszystkich do udziału w jej formowaniu: „Zwłaszcza chrześcijanie pracujący w środkach przekazu mają do spełnienia zadanie prorockie, swego rodzaju powołanie: winni otwarcie występować przeciw fałszywym bogom i idolom współczesności, takim jak materializm, hedonizm, konsumpcjonizm, ciasny nacjonalizm i inne, ukazując wszystkim zespół prawd moralnych, których fundamentem jest godność i prawa człowieka, opcja preferencyjna na rzecz ubogich, powszechne przeznaczenie dóbr, miłość nieprzyjaciół, bezwarunkowe poszanowanie ludzkiego życia od poczęcia do naturalnej śmierci; winni też dążyć do doskonalszego urzeczywistnienia Królestwa Bożego, zacho-

³⁰ Por. M. Honecker, *Öffentlichkeit*, w: *Theologische Realenzyklopädie*, t. 25, Berlin–New York 1995, s. 21–26.

³¹ Por. A. Bloom, *Umysł zamknięty*, Poznań 1997.

wując świadomość, że na końcu czasów Jezus ustanowi wszystko na nowo i przekaze Ojcu (por. 1 Kor 15, 24)³². Adhortacja wskazuje zarazem na konieczność tworzenia warunków dla kształtowania opinii publicznej:

„W nauczaniu Kościoła na temat opinii publicznej jest wskazana potrzeba zagwarantowania koniecznych warunków dla jej prawidłowego funkcjonowania. Należą do nich: wolność wypowiedzi, dostęp do źródeł informacji, wolność przekazywania, prawda przekazu oraz respektowanie podstawowych praw człowieka i jego godności. Szczególne zadanie wpływania na opinię publiczną spoczywa na katolikach świeckich działających w mediach. Zadanie katolików świeckich nie może się ograniczać tylko do informacji kościelnych³³. Katolicy dziennikarze mogą szerzyć właściwe rozumienie nauki Kościoła, jego historii i działalności, mogą tworzyć właściwą opinię publiczną w takich zwłaszcza dziedzinach, jak: obrona i wartość ludzkiego życia, obrona rodziny, problemy sprawiedliwości społecznej, solidarności i pokoju. Kształtowanie opinii publicznej w duchu nauki Chrystusa już samo w sobie stanowi działalność ewangelizacyjną. „Podstawowym postulatem powinno być zawsze popieranie wolności słowa, ponieważ »gdy ludzie zaspokajają naturalną skłonność do wymiany poglądów i wyrażania swoich opinii, nie tylko korzystają z należnego im prawa, ale spełniają także określoną powinność społeczną«³⁴. Jednakże z etycznego punktu widzenia postulat ten nie zawsze jest normą absolutną i niepodważalną. Istnieją przypadki – takie jak oszczerstwo i pomówienie, treści podsycające nienawiść i konflikty między jednostkami i grupami, treści nieprzyzwoite i pornografia, obrazy wynaturzonej przemocy – gdy nie może być mowy o żadnym prawie do komunikacji. Jest też oczywiste, że wolność słowa powinna być zawsze podporządkowana takim zasadom, jak prawda, uczciwość i poszanowanie prywatności³⁵”.

Już w 1916 r. Kościół katolicki w New Yorku zorganizował Biuro Informacyjne (Publicity Biuro). Od tego czasu powstały różnego rodzaju instytucje i placówki zajmujące się sprawami informacji zgodnie z potrzebami poszczególnych instytucji kościelnych. Działalność ta obejmuje przekazywanie informacji nt. działalności poszczególnych grup i organizacji kościelnych, oferuje możliwość kontaktu i uczestnictwa. Służą temu: listy wspólnot, czasopisma, plakaty, publikacja sprawozdań, ogłoszenia, akcje solidarnościowe, wystawy, konferencje prasowe itp. W Polsce w latach 1927–1939 działała *Katolicka Agencja Prasowa* (KAP), która zajmowała się przekazywaniem informacji i materiałów publicystycznych na temat działalności Kościoła w Polsce i w świecie. W 1993 r. powstała z inicjatywy Konferencji Episkopatu Polski przy wsparciu Konferencji Episkopatu USA *Katolicka Agencja Informacyjna* (KAI), która wydaje codzienny

³² *Etyka w środkach społecznego przekazu...*, 31.

³³ Instrukcja duszpasterska *Aetatis novae*, nr 8.

³⁴ *Communio et progressio*, 45.

³⁵ *Etyka w środkach społecznego...*, 23.

serwis oraz dwa razy w tygodniu Biuletyn informacyjny, który prenumeruje ok. 3500 parafii i ośrodków kościelnych. Celem KAI jest dostarczanie informacji o Kościele w Polsce i w świecie. Mimo dość intensywnej działalności KAI, pod jej adresem często wnoszone są wątpliwości czy agencja ta, pełniąc funkcję informacyjną, w wystarczający sposób wyjaśnia i broni racji Kościoła oraz czy w pełni identyfikuje się z jego stanowiskiem odnośnie węzłowych problemach moralnych. Po 1989 r. w Polsce ukazują się 300 tytułów prasy katolickiej lokalnej, regionalnej i ogólnopolskiej. Nakład prasy katolickiej aktualnie przekracza 1 mln egzemplarzy, co stanowi 1,5% ogólnych nakładów prasy w Polsce (wg Informatora KAI z 1997 r.). W dziedzinie radiofonii katolickiej największe znaczenie opiniotwórcze ma Radio Maryja, stanowiące czwartą pod względem liczby słuchaczy rozgłośnię w kraju, docierające także do słuchaczy na całym świecie (także przez Internet), oraz 40 radiostacji diecezjalnych, 26 stacji diecezjalnych emituje programy spółki producenckiej *Plus*. Funkcjonują także okienka katolickich audycji w TVP oraz obecna poprzez kanał satelitarny telewizja kablowa związana z Radiem Maryja – Telewizja Trwam. Dzięki tym mediom w eterze jest obecna modlitwa, msza święta oraz audycje ewangelizacyjne i społeczno-kulturalne. Słuchalność katolickich audycji radiowych i telewizyjnych wykazuje tendencję zwyżkową³⁶.

Także w wielu innych krajach działają agencje informacyjne. Najbardziej znane to austriacka – Kathpress, amerykańska – CNS, watykańskie: VIS, ZENIT, FIDES; szwajcarska – KIPA.

Z punktu zasad ewangelizacji praca nad opinią publiczną jawi się jako metoda zgodna z aktualnymi potrzebami i zadaniem dotarcia do ludzi. Praca nad opinią publiczną w Kościele, wychodząc z biblijnych motywów, winna mieć na celu świadectwo i służbę. Powinna promować samodzielność, inicjatywę i odpowiedzialność oraz sprzyjać budowaniu podmiotowości, uczestnictwa i demokratyzacji we wszystkich dziedzinach życia. Zadanie kształtowania opinii publicznej przez Kościół polega także na polepszaniu komunikacji Kościoła ze światem oraz polepszaniem komunikacji wewnątrz Kościoła³⁷. Poprawna komunikacja, jej dialogiczny charakter, ma zasadnicze znaczenie w ustawicznej przemianie Kościoła w duchu Ewangelii.

³⁶ Dane za: *10 lat Redakcji Programów Katolickich Telewizji Polskiej S.A. i Polskiego Radia S.A.*, Warszawa 2000, s. 26–34.

³⁷ M. Fischer, H. Tremel, *Kommunikationsfeld Kirche. Studiengang Öffentlichkeitsarbeit*, Frankfurt, II, 1989.