

Dobroczyński, Grzegorz

Skutki nowych technologii dla społeczeństwa i Kościoła

Mazowieckie Studia Humanistyczne 7/1, 121-125

2001

Artykuł został zdigitalizowany i 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 oraz w kolekcji mazowieckich czasopism regionalnych mazowsze.hist.pl.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

O. Grzegorz Dobroczyński SJ

SKUTKI NOWYCH TECHNOLOGII DLA SPOŁECZEŃSTWA I KOŚCIOŁA

Obszerność tematu nakazuje mi ograniczyć się do kilku refleksji, które będą rodzajem przypisu, odsyłacza do obszerniejszego opracowania, które jest „załącznikiem” do referatu, a w tworzeniu którego uczestniczyłem w międzynarodowej, międzywyznaniowej grupie roboczej dwóch organizacji chrześcijańskich nadawców i twórców w dziedzinie radia, telewizji i filmu, katolickiej UNDA i ekumenicznej Word Association for Christian Communication (WACC). Obie te organizacje opracowały kolejny raport na ten właśnie temat. Ostateczna wersja została uzgodniona na listopadowym spotkaniu w 1999 r. w Paryżu. Memorandum zostało przekazane europejskim gremiom episkopatów katolickich i zwierzchnikom innych kościołów chrześcijańskich, a także instancjom europejskim w Strasburgu i Brukseli.

O ile uprzednie opracowania tego gremium skupiały się bardziej na samej technologii oraz skutkach jej działania na życie jednostek, o tyle refleksja i analizy aktualne koncentrują się właśnie na społecznym oddźwięku dokonującej się rewolucji medialnej. Skutki te stale budzą troskę Kościoła, a refleksja nad nimi zaowocowała już wieloma pogłębionymi opracowaniami¹. Należy dodać, że nie chodzi tu ani o „interesowność” w sensie pragnienia czysto utylitarnego wykorzystania nowych możliwości, ani o „biadanie” nad realnymi zagrożeniami. Chodzi o głęboką troskę o człowieka i o przyszłość społeczeństw, o kształt kultury w nowym tysiącleciu. Media masowego komunikowania i nowe technologie nie są jakimś dodatkiem, gadżetem, niszą lub wydzielonym elementem w obszarze naszego życia, lecz stanowią integralny czynnik kulturotwórczy i osobowościowo-twórczy. Każdy, kto już dzisiaj ma do czynienia np. z edukacją szkolną wie, że wchodząc do klasy nawet na poziomie nauczania początkowego, styka się z maluchami, których wyobraźnia jest już ukształtowana przez migające obraz-

¹ Por. PP. „Wokół Współczesności”, 1997, nr 3, 1999, nr 9-10; *UNDA-WACC-Europa. Edukacja do odbioru audiowizualnych środków przekazu palącą potrzebą społeczną i duszpasterską*, „Kultura i Media” 1995, nr 1, s. 11-25.

ki kilkunastu kanałów telewizyjnych i internetu. Każdy też uświadamia sobie, jak nieatrakcyjny dla tych młodych ludzi jest przekaz według klasycznych metod dydaktycznych, wykład, tablica i kreda czy mapa geograficzna. Światem realnym dla tego pokolenia jest już inny świat: zapośredniczony przez elektroniczne technologie komunikowania. Niekiedy – internetowy przyjaciel staje się bardziej rzeczywisty niż sami rodzice. Psychiatria zaczyna się coraz bardziej specjalizować w nowych rodzajach uzależnień: patologią przeżyć w świecie wirtualnym. Nie jest jednak rzeczą właściwą budowanie muru nad brzegiem morza, aby uniemożliwić dziecku kontakt z groźnym żywiołem wodnym. O wiele stosowniejszym jest nauczyć dziecko pływać. Aby było to możliwe, dobrze jest samemu oswoić cię z nieznanym żywiołem.

Nowe technologie komunikowania, integrujące w wiązce kanałów transmisji dźwięk, obraz, oraz zwielokrotniające tempo przekazu i wymiany myśli i informacji w najbardziej oczywisty sposób przynoszą dwojaki efekt:

- ogromne zwielokrotnienie oferty medialnego komunikowania; wraz z postępującą cyfryzacją, zamiast kilkunastu lub kilkudziesięciu kanałów, do dyspozycji odbiorcy będzie ich kilkaset;
- umocnienie i nieskończenie większą dominację mechanizmów rynkowych oraz komercjalizację, także w sferze dóbr kultury.

Oba efekty przenikają się wzajemnie i zasługują na szczególną uwagę.

Z jednej bowiem strony nowe technologie otwierają ogromne możliwości międzyludzkiego komunikowania, są niewątpliwym dobrem, ale z drugiej strony, paradoksalnie rzecz biorąc, stanowią zagrożenie dla *prawdziwie ludzkiej komunikacji i komunikowania w społeczeństwie, które nosi już teraz nazwę społeczeństwa informacyjnego*.

Zwielokrotnienie kanałów informacji i komunikowania stawia podstawowe pytanie o możliwość zachowania integralności tkanki społecznej. Czy w owej wielości treści i wartości, pluralizmie języka nie zagubi się podstawowego kodu kulturowego, który jest przekazywany dotąd z pokolenia na pokolenia przez rodzinę, szkołę, parafię? Dynamizacja mechanizmów rynkowych z kolei – teoretycznie zwiększająca konkurencyjność, a więc wymuszająca na nadawcy zachowania i ofertę bardziej atrakcyjną dla odbiorcy/konsumenta, rodzi niepokój o dostęp do informacji grup i osób „nieatrakcyjnych komercyjnie”, oraz o przyszłość rozwoju „nierynkowych” dziedzin życia: kultury „wysokiej”, miejsce duchowych treści i wartości w komunikowaniu masowym.

Dokument Grupy Roboczej UNDA/WACC koncentruje swoje uwagi wokół następujących tematów kluczowych:

1. Komunikowanie międzyosobowe

Rewolucja technologiczna wkracza w intymną sferę życia ludzkiego. Definiuje sposób i rytm życia. Ułatwia też wykonywanie wielu elementarnych czyn-

ności. Nie tylko w rozwiniętych krajach Zachodu, ale i w Polsce, „telepraca”, „telezakup”, egzystowanie w i dzięki „sieci wirtualnego świata” nie jest już nowością, ale coraz bardziej naturalnym sposobem na życie. Jednocześnie pojawia się jednak ryzyko zagubienia międzyosobowych więzi. Zarówno chrześcijaństwo, jak i wszyscy ludzie dobrej woli nie mogą zagubić świadomości, że komunikacja międzyosobowa jest najgłębszą potrzebą człowieczeństwa. Osoba ludzka to nie tylko „osobność”, ale nade wszystko „bycie w relacji do innych osób”. Słusznie ujął to średniowieczny myśliciel, Hugo od św. Wiktora: „*persona est [...] rationalis naturae incommunicabilis existentia*”.

2. Komunikowanie we wspólnocie

Nauczanie Kościoła o mediach podkreśla, że „komunikowanie stanowi drogę do wspólnoty”². Komunikowanie medialne to nie tylko przekaz informacji ani dostarczanie rozrywki. Ma ono podstawową funkcję wspólnototwórczą. Przypomnienie o niej jest istotnym korektorem myślenia o świecie medialnym, jaki wnosi wspólnota kościelna. Nowe technologie przez poszerzone możliwości są w stanie wzbogacić komunikowanie DLA wspólnoty. Jednak nawet przy ograniczonym ich zastosowaniu wiemy, że mass media często są traktowane jako narzędzia przekazu, propagandy treści i interesów ideologicznych, politycznych i ekonomicznych. Instrumentalizacja tego rodzaju ostatecznie, na dłuższą metę, obraca się także przeciwko nadawcom. Bezpośrednio jednak godzi w zdolność ludzi do zgodnego współżycia razem. Zasadniczym postulatem pozostaje więc apel o to, aby medialna rzeczywistość nie została zdominowana mechanizmem „sprzedaży produktu”, lecz by została ochroniona jej natura wspólnototwórczego komunikowania.

3. Komunikowanie i tożsamości

Kiedy Marshall McLuhan w latach czterdziestych przepowiadał zaistnienie „globalnej wioski”, jego słowa brzmiały jak futurystyczna fantazja. Dzisiaj opisują one najadekwatniej sytuację, w jakiej żyjemy. Przekaz satelitarny, sieci komputerowe w mgnieniu oka pozwalają nam współuczestniczyć w odległych zdarzeniach. Dają też ogromne szanse poznawcze. Coraz bardziej „otwarte społeczeństwo” poznaje obce wzorce kulturowe, inne religie, systemy wartości i obyczaje. Równocześnie jednak coraz ostrzej rysuje się dylemat otwarcia się na to co inne i nowe i równoczesnego obronienia własnej tożsamości. Urugwajska runda GATT zamierzała ustalić identyczne reguły rynkowe zarówno dla „przemysłu audiowizualnego”, jak i dla innych dziedzin gospodarki. Oznaczałoby to w praktyce zdecydowaną dominację amerykańskiego potentata i hollywoodzkiej produkcji oraz powolne umieranie europejskiej produkcji. Komisja Europejska roz-

² Por. *Communio et Progressio, Aetatis Novae*.

poznała to zagrożenie i w stosownych gremiach toczy się gorąca debata o tym, jak w rynkowej rzeczywistości zachować ramy bezpieczeństwa, w których media elektroniczne nie staną się tylko domeną propagandy „amerykańskiego stylu życia”, lecz będą „swojskie” i dla rodzimych społeczeństw. Potężne możliwości i bogactwo przekazu winny więc służyć komunikowaniu tożsamości i dialogowi międzykulturowemu. Z całą pewnością nikt z nas nie byłby wszak za tym, aby z każdego kąta ekranu telewizyjnego wzyrało logo McDonalda i nikt nie życzy sobie „makdonaldyzacji kultury”.

4. Media, ekonomia, etyka

Media audiowizualne podlegają oczywiście regułom gry rynkowego zysku. Trudno, aby było inaczej. Nie powinno to jednak prowadzić do wyłącznej dominacji tych mechanizmów, które mogą prowadzić do nowego rodzaju cenzury, tym razem ekonomicznej. Interes ekonomiczny nie utożsamia się niekiedy z interesem publicznym i dobrem wspólnym. Nade wszystko warto pamiętać o podstawowym fakcie: o ile w sferze wymiany handlowej, sprzedaż i kupno oznaczają zmianę własności, o tyle w dziedzinie kultury i dóbr duchowych, w jakiej działają media, nie można o takim „zawłaszczeniu” mówić. Właśnie dlatego, że „materią” jest sfera kultury, chodzi o przestrzeń wspólną, w której musi być zachowana zasada solidarności i dobra powszechnego.

5. Wolność przekonań – wolność słowa

Więcej słów i obrazów, wolność emisji i dostępu do źródeł wiadomości w wymiarze ilościowym niekoniecznie równa się zabezpieczeniu **faktycznej** wolności myśli. Rewolucja technologiczna każe myśleć więc o tym, aby szeroka oferta programowa i informacyjna była dostępna faktycznie dla wszystkich, oraz aby został zagwarantowany realny pluralizm. Globalizacja i monopolizacja rynku w dziedzinie mediów (zauważa się efekty i trendy monopolizacyjne także w Polsce) nie tylko przynoszą uszczerbek wolności myśli, ale także mogą stanowić zagrożenie dla społeczeństwa demokratycznego. W tym punkcie dochodzimy do kolejnego istotnego problemu: zabezpieczenia równowagi istnienia kanałów publicznych w kontekście „ofensywy” specjalistycznych, kablowych i satelitarnych stacji.

6. Media publiczne

W obliczu narastania oferty programowej kanałów tematycznych, w kontekście szkicowanych powyżej problemów związanych z pluralizacją i komercjalizacją można sformułować następującą regułę:

Im bardziej społeczeństwo zmierza do pluralizacji, tym bardziej konieczne jest stworzenie ramowych warunków powszechnego, ogólnie dostępnego komunikowania.

Media publiczne mogą i powinny stać się „agorą”, czyli „rynkiem w pierwotnym tego słowa rozumieniu”, to jest forum, miejscem spotkania i wymiany dóbr. Komunikowanie społeczne nie powinno zredukować się do modelu „niszowego”. To one mają być miejscem społecznej i publicznej służby i zabezpieczone przed presją interesów grupowych, czy to natury ekonomicznej czy politycznej. Nowe technologie komunikowania, rewolucja technologiczna która wkracza nieuchronnie i wcale nie w słabszym tempie w Polsce niż gdzie indziej, składnia do poważnej, odpowiedzialnej debaty nad ich modelem i celami istnienia. Ostatecznym i najistotniejszym problemem tej debaty jest pytanie: jak mają one spełniać zadanie publicznej służby i jak chronić podstawowe wartości stanowiące podstawę istnienia naszego wspólnego życia?