

KS. JAROSŁAW JĘCZEŃ

RODZINA W PRZESTRZENI MEDIALNEJ

Na przełomie tysiącleci dynamicznie rozwijające się środki społecznego komunikowania stają się przestrzenią życia człowieka, jego specyficznym światem. Nowe media, choć zawsze pozostaną tylko i wyłącznie środkami w procesie komunikacji międzyludzkiej, to także współtworzą nową jakość społeczeństwa informacyjnego, są kreatorem nowych jakości w życiu, nowej wizji świata i koncepcji człowieka, tworzą tym samym przestrzeń dla pytań o człowieka i moralną ocenę jego zachowań w tej przestrzeni¹ Wymiar aksjologiczny związany z obecnością i działaniem człowieka uczestniczącego w procesach komunikacji medialnej jest więc nieodłącznym elementem owej medialnej przestrzeni².

Nowa jakość życia, jaką niesie ze sobą współczesna przestrzeń medialna, czy – zamiennie mówiąc – mass media, nie omija rodziny – podstawowej wspólnoty wzajemnego komunikowania się międzyludzkiego. Funkcjonuje ona w przestrzeni wielu obszarów, w których ujawnia się konieczność aksjologicznej oceny zachodzących w nich zjawisk z racji aktywnej obecności człowieka. Do takich obszarów można zaliczyć struktury funkcjonowania mediów i związane z nimi instytucje medialne, następnie twórców technologii komunikacji i mediów (obszar tzw. kanałów medialnych), dziennikarzy i publicystów (obszar twórców treści medialnych), czytelników, słuchaczy,

Ks. dr JAROSŁAW JĘCZEŃ – asystent Katedry Opieki Społecznej Paliatywnej i Hospicyjnej w Instytucie Nauk o Rodzinie KUL; adres do korespondencji: Al. Raclawickie 14, 20-950 Lublin; e-mail: jjeczen@kul.lublin.pl

¹ Por. R. A. D y s o n, *Mind Abuse. Media Violence in an Information Age*, Montreal 2000, s. 16-27; T. Z a s ę p a, *Media, człowiek, społeczeństwo*, Częstochowa 2000.

² Por. M. D r o ż d ź, *Osoba i media. Personalistyczny paradygmat etyki mediów*, Tarnów 2005, s. 17.

widzów, internautów (obszar odbiorców medialnych), a także produkty medialne, takie jak obraz, tekst, dźwięk czy też produkty związane z kanałem przekazu: prasa, radio, telewizja, internet, multimedia (obszar produktów medialnych).

Rodzina jest obecna i działa w tak złożonej przestrzeni medialnej, zachowując swoją odrębność podmiotową i pozostając nadal wzorem interpersonalnej komunikacji jako *communio personarum*. Ta rodzinna komunikacja jest chociażby, w ramach wychowania, sposobem na zachowanie właściwych proporcji między tym, co przekazują media, a wartościami, którymi żyje rodzina. Rodzina tworzy własną kulturę oraz kształtuje system wartości i postaw. Włącza człowieka w działanie, kształci właściwości poznawcze, wprowadza w świat znaczeń, jest środowiskiem kształtowania twórczych osobowości³ Sam człowiek winien odkrywać w sobie zdolność wewnętrznego komunikowania siebie samego i zdolność osobowej transcendencji. Człowiek zawsze jest podmiotem: zarówno w komunikacji intrapersonalnej, jak i interpersonalnej⁴ To szczególne miejsce człowieka w procesie komunikacji płynie z ontyczno-egzystencjalnego faktu, iż jest on osobą; zaś sam proces komunikowania, jak sugeruje *Communio et progressio* (nr 11), jest takim przekazem osoby, który prowadzi do wspólnoty osób. W ostatnim Orędziu Jana Pawła II na XXXIX Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu pt. *W służbie wzajemnego zrozumienia między narodami* czytamy, iż podstawową zasadą etyczną jest stwierdzenie: „osoba ludzka i wspólnota ludzka są celem i miarą stosowania środków społecznego przekazu; komunikacja musi przebiegać od osoby do osoby i służyć integralnemu rozwojowi osób” (nr 4). Media nie mogą być kierowane do anonimowej publiczności czy publiczności pojmowanej wręcz jako fikcji czy klienteli⁵

Jest więc człowiek Kimś szczególnym w przestrzeni medialnej i „nie może zagubić właściwego sobie miejsca wśród tego świata, który sam ukształtował”⁶ Przez analogię do stwierdzenia Jana Pawła II w encyklice *Redemptor hominis*, iż „człowiek jest drogą Kościoła”, można powiedzieć, że człowiek

³ Por. L. D y c z e w s k i, *Rodzina, społeczeństwo, państwo*, Lublin 1994, s. 112-115.

⁴ Por. G. S a v a g n o n e, *Comunicazione oltre il mito e l'utopia. Per una cultura conviviale*, Milano 1997, s. 125.

⁵ Por. P. S o r l i n, *Mass media*, Wrocław 2001, s. 38-47; D. C h a n e y, *Fiction and Ceremonies*, London 1979.

⁶ K. W o j t y ł a, *Osoba i czyn*, [w:] t e n ż e, *Osoba i czyn oraz inne studia antropologiczne*, Lublin 1994, s. 70.

jest także drogą współczesnych mass mediów. Jest to szczególnie ważne, jeśli pod uwagę weźmie się fakt, iż przestrzeń medialna niesie ze sobą zarówno szanse, jak i zagrożenia dla człowieka i dla rodziny. Mówi o tym całe Orędzie Papieskie na XXXVIII Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu pt. *Media w rodzinie: ryzyko i bogactwo*. „Dzięki bezprecedensowej ekspansji rynków medialnych w ostatnich dziesięcioleciach wiele rodzin na całym świecie, nawet niezbyt zamożnych, może dziś korzystać we własnych domach z bardzo bogatej i różnorodnej oferty środków przekazu. W rezultacie mają one praktycznie nieograniczone możliwości zdobywania informacji i wiedzy, rozwoju kulturowego i nawet wzrostu duchowego – daleko większe niż możliwości większości rodzin w dawniejszych czasach. Jednakże te same media potrafią też wyrządzić poważną szkodę rodzinom, prezentując niewłaściwą, a nawet wypaczoną wizję życia, rodziny, religii i moralności” (nr 2).

Trzeba jednocześnie zaznaczyć, że nie tylko przestrzeń medialna niesie ze sobą szanse i zagrożenia dla człowieka, ale także sam człowiek: będąc obecny i działając w przestrzeni medialnej, może być dla siebie szansą i zagrożeniem. Wiemy, że w mediach (np. w internecie) znajdziemy niezwykłą różnorodność treści: od informacji w ścisłym sensie po programy rozrywkowe, od modlitwy po pornografię, od kontemplacji po przemoc⁷ Jednakże od sposobu, w jaki ludzie korzystają choćby z internetu, od postawy wobec mediów, zależy to, czy ukształtują w sobie postawy solidarności i współczucia, czy też zamkną się w „narcystycznym, pozbawionym zewnętrznych odniesień świecie, poddając się bodźcom o niemal narkotycznym oddziaływaniu”⁸ W Orędziu na Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu pt. *Rola komunikacji społecznej wobec zadań rodziny* w roku 1980 Jan Paweł II konkluduje, że „zadaniem rodziców jest wychowanie samych siebie oraz swoich dzieci do zrozumienia wartości informacji i umiejętności wyboru przekazu, jaki one zawierają, bez poddawania się im, lecz w sposób niezależny i odpowiedzialny”⁹

⁷ Por. J. W o j t k u n, *Internet – szanse i zagrożenia*, „Zeszyty Formacji Katechetów”, 4(2004), nr 3, s. 29-34.

⁸ Papieska Rada ds. Środków Społecznego Przekazu, *Etyka w środkach społecznego przekazu* (4 czerwca 2000), nr 2, „L'Osservatore Romano”, 4(232), 2001, s. 48-56; por. A. L e p a, *Media a postawy*, Łódź 2002.

⁹ *Orędzia Papieskie na Światowe Dni Komunikacji Społecznej 1967-2002*, red. M. Lis, Częstochowa 2002, s. 94.

Najważniejszą kwestią jest zatem pytanie o człowieka: czy w przestrzeni medialnej człowiek „staje się lepszy, duchowo dojrzałszy, bardziej świadomy godności swego człowieczeństwa, bardziej odpowiedzialny, bardziej otwarty na drugich, zwłaszcza dla potrzebujących, dla słabszych, bardziej gotowy świadczyć i nieść pomoc wszystkim”¹⁰ Innymi słowy, czy człowiek w konkretnych czynach wobec obszarów przestrzeni medialnej realizuje się jako osoba? Czy zachodzi proces samospełnienia człowieka jako osoby poprzez czyn moralnie dobry wobec medialnych propozycji? Czy sugerując się encykliką *Redemptor hominis* (nr 15), jest w stanie realizować siebie poprzez bezinteresowny dar z siebie samego w *communio personarum*, która buduje przestrzeń medialną w jej wymiarze podmiotowym?

Przy zachowaniu swojej podmiotowości i odrębności człowiek i rodzina są obecni i funkcjonują w przestrzeni medialnej. Dwie rzeczywistości: rodzina i media, które się wzajemnie przenikają i na siebie oddziałują. Co decyduje o ich współistnieniu, a co o odrębności?

JEDNOŚĆ PRZESTRZENI MEDIALNEJ W TRANSCENDENCJI PRAWDY

Mówiąc o mediach w rodzinie w wymiarze przedmiotowym, mamy na myśli ich obecność fizyczną, jako środka zajmującego czas, edukującego, informacyjnego, opiniotwórczego, rozrywkowego¹¹ Środki te nie zastąpią nigdy bezpośredniego kontaktu z drugim człowiekiem, nie mogą też stać się zamiennikiem prawdziwej wspólnoty ludzkiej. Mogą natomiast osłabić osobę ludzką, jej otwarcie na najbliższych, kontakt, komunikację, współuczestnictwo, transcendencję na prawdę w wolności.

Człowiek natomiast, jak czytamy w Orędziu Papieskim na Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu z roku 1981 pt. *Komunikacja społeczna w służbie odpowiedzialnej wolności człowieka*, wezwany jest, by również wobec mediów pozostał sobą: to znaczy wolnym i odpowiedzialnym użytkownikiem, a nie przedmiotem, by był krytyczny, a nie uległy. Środki społecznego komunikowania w skali globalnej mają pomagać człowiekowi w od-

¹⁰ Encyklika *Redemptor hominis*, 15.

¹¹ Por. L. M a s t e r m a n, *Teaching the Media*, New York 1985, s. 3-17; J. C h w a s z c z, M. P i e t r u s z k a, D. S i k o r s k i SDS, *Media*, [w:] *Uzależnienia. Fakty i mity*, red. I. Niewiadomska, Lublin 2005.

krywaniu jego godności jako osoby wobec siebie, wobec innych osób i wobec Boga, na którego obraz i podobieństwo został stworzony. Jak pisze Paweł VI w Orędziu na Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu z roku 1974 pt. *Komunikacja społeczna i ewangelizacja świata współczesnego*, ułatwi to człowiekowi zrozumienie jego prawdziwego powołania i otworzy mu drogę do twórczego dialogu z innymi w ramach komunikacji interpersonalnej i do komunii z Bogiem w ramach komunikacji bosko-ludzkiej.

Prawda fundamentalna o człowieku jako osobie staje się imperatywem moralnym nie do odrzucenia dla człowieka i jednocześnie auto-imperatywem obligatoryjnym w jego wnętrzu. Dotyczy to każdego człowieka: tak w rodzinie, jak i pracującego na wielu płaszczyznach przestrzeni medialnej. Trzeba bowiem pamiętać, że za środkami społecznego przekazu stoją konkretni ludzie (twórcy, nadawcy, administratorzy itd.). Zarówno oni, jak i odbiorcy w przestrzeni medialnej stają wobec tego przesłania, że człowiek jest sobą poprzez prawdę. Stosunek do prawdy decyduje o jego *humanum* i godności jako osoby¹² Media nie tylko winny się kierować tym przesłaniem, ale pomagać współczesnemu człowiekowi w poszukiwaniu prawdy o nim samym w zderzeniu z kryzysem wokół prawdy czy też idei dobra, które zależy od prawdziwej wolności człowieka. Stosunek dziennikarzy do prawdy jest rodzajem karty identyfikacyjnej, więcej, świadectwem ich profesjonalnych kwalifikacji jako pracowników w dziedzinie informacji. On powinien prowadzić do podwójnej wierności – przede wszystkim wierności ich własnej misji i dalej wierności zobowiązaniom wobec tych, którym służą.

Stosunek do prawdy decyduje o poprawnej komunikacji człowieka-osoby z samym sobą, w rodzinie, a także pomiędzy rodziną a mediami. Ten stosunek do prawdy otwiera także drogę do poprawnej komunikacji z Bogiem Trójosobowym (*Unio Personarum*). Refleksje antropologiczne wypracowane przez Karola Wojtyłę i związany z nim personalistyczny kierunek myślenia, który towarzyszy naszym rozważaniom, wskazują transcendencję – przekraczanie – jako „drugie imię osoby” W pracy *Osoba: podmiot i wspólnota* czytamy: „Bez tej transcendencji – bez przekraczania i niejako przerastania

¹² Por. H. P l e s s n e r, *Pytania o „conditio humana”*, Warszawa 1988, s. 10; J. R a t z i n g e r, *Perché un'enciclica sulla morale?*, [w:] „*Veritatis splendor*” *Genesi, elaborazione, significato*, red. G. Russo, Roma 1994, s. 10; zob. też P. P o u p a r d (*Quale umanesimo per il Terzio Millenio?*) i J. Ż y c i ń s k i (*La scienza e l'uomo*), [w:] *Quale umanesimo per il Terzio Millenio?* [Materiały z sympozjum zorganizowanego w Pontificia Università Urbaniana w dn. 6-7 lipca 2000 r. w Rzymie].

siebie w stronę prawdy oraz w stronę dobra chcianego i wybieranego w świetle prawdy – osoba, podmiot osobowy, poniekąd nie jest sobą”¹³

Moment zależności od prawdy jest fundamentem owej transcendencji osoby w czynie. To on ostatecznie kształtuje wolność osoby. Transcendencja bowiem to nie tylko samo-zależność, zależność od własnego „ja” Nie realizuje się ona przez podporządkowanie sobie prawdy, ale przez podporządkowanie się prawdzie. Zależność od prawdy określa granice właściwej osobie ludzkiej autonomii.

Kardynał Wojtyła podkreśla, że „osobie ludzkiej przysługuje wolność nie jako czysta niezależność, ale jako samozależność, w której zawiera się zależność od prawdy. [...] Zależność od [...] prawdy konstytuuje osobę w jej transcendencji: transcendencja wolności przechodzi w transcendencję moralności”¹⁴

Współistnienie obok siebie mass mediów i rodziny, a w idealnej sytuacji przenikanie się obu tych rzeczywistości do stanu jedności, wymaga owej transcendencji osoby w czynie: zarówno tej osoby przynależącej do rodziny, jak i osób pozostających w kontakcie z rodziną, a pracujących w różnych obszarach przestrzeni medialnej. Jedność przestrzeni medialnej zależy od zachowań nadawcy i odbiorcy.

INTERAKTYWNOŚĆ WEKTOREM RÓWNOWAGI W PRZESTRZENI MEDIALNEJ

Konkretne osoby stojące po stronie mediów jako nadawcy wchodzą pośrednio w interpersonalne relacje z odbiorcami. Rodzi się pytanie o jakość tych relacji w procesie wzajemnego komunikowania. Czy są to relacje w rozumieniu Donalda Hortona i Richarda R. Wohla – jako interakcja paraspoleczna mająca w założeniu brak zgodności pomiędzy „prawdziwymi” cechami osobowości osoby prowadzącej np. program telewizyjny a tymi, które ukazuje ona widzom na ekranie dla osiągnięcia przyjaźni z widzami?¹⁵ Czy raczej są to zasady partnerskie, uwzględniające podmiotowość ludzką i jej transcendencję, czy też relacje jednostronne z pozycji nadawcy w stronę od-

¹³ K. W o j t y ł a, *Osoba: podmiot i wspólnota*, [w:] t e n ż e, *Osoba i czyn*, s. 389-390.

¹⁴ W o j t y ł a, *Osoba i czyn*, s. 198-199.

¹⁵ Por. W. C w a l i n a, *Interakcje między widzami a osobami prowadzącymi programy TV*, [w:] *Psychologiczne aspekty odbioru telewizji*, red. P. Francuz, Lublin 1999, s. 54-56.

biorcy, bez możliwości procesu interaktywnego? Interaktywność jest tym wektorem równowagi w przestrzeni medialnej. Nikogo nie trzeba przekonywać do faktu, jak owocne jest komunikowanie *face to face*. Rezultat jest widoczny dzięki dwukierunkowemu przepływowi informacji: od odbiorcy do nadawcy i od nadawcy do odbiorcy¹⁶ W przypadku mediów masowych jest to komunikacja pośrednia, uwzględniająca źródło informacji, kanał przepływu, komunikat, tzw. szum komunikacyjny czy kod komunikowania¹⁷; niemniej nie powinna ona być zwolniona z owego dwukierunkowego przepływu, czyli interaktywności pomiędzy nadawcą a odbiorcą. W związku z tym dziś często wysuwa się w stronę mediów propozycję uczestniczącego komunikowania masowego¹⁸ Choć oczywiście nie brak innych propozycji ze strony przedstawicieli antropologii mass mediów¹⁹

W Orędziu na Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu w roku 1980 Jan Paweł II porównuje obecność takiego nadawcy do „towarzystwa”, „gościa”, który na stałe wpisał się w krajobraz rodziny, w relacje: „ja”–„ty” Siłą rzeczy więc spiker, aktor, dziennikarz, komentator polityczny i sportowy, ważne i sławne osoby reprezentujące różne zawody, ideologie i narodowości, wchodzi w relacje z członkami rodziny: zarówno dorosłymi, jak i dziećmi. Oczywiście nie sposób traktować mediów jako osoby; są jedynie narzędziem, od którego zastosowania zależy dobro lub zło osoby ludzkiej (w zależności od tego, jakiego „gościa medialnego” do siebie zaprosimy). Zatem źródłem i kryterium oceny moralnej staje się sposób jego wykorzystania. Tak rodzi się owa przestrzeń medialna, której integralną częścią jest wymiar aksjologiczny.

„Sposób, w jaki ludzie korzystają ze środków społecznego przekazu, może być źródłem wielkiego dobra i wielkiego zła. Chociaż bowiem przekaz społeczny wywołuje często niezamierzone skutki, to sami ludzie decydują, czy używać mediów dla celów dobrych czy złych, w dobry czy zły sposób. [...] Mimo swego ogromnego potencjału środki przekazu są i pozostaną jedynie

¹⁶ Por. T. G o b a n K l a s, *Komunikowanie i media*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Kraków 2000, s. 12-14.

¹⁷ Por. J. F i s k e, *Wprowadzenie do badań nad komunikowaniem*, Wrocław 1999, s. 22-35.

¹⁸ Por. J. S t e w a r t, *Komunikacja interpersonalna: kontakt między osobami*, [w:] *Mosty zamiast murów. Podręcznik komunikacji interpersonalnej*, red. J. Stewart, Warszawa 2003, s. 36-58.

¹⁹ Por. *Media Anthropology*, Eds. E. W. Rothenbuhler, M. Coman, Thousand Oaks–London–New Delhi 2005.

środkami, to znaczy instrumentami, narzędziami, z których można zrobić dobry lub zły użytek. Wybór należy do nas. Media nie potrzebują nowej etyki: wymagają zastosowania ustalonych już zasad w nowych okolicznościach”²⁰

W tej sytuacji słuszne wydają się pytania: Czy media odnajdą się w relacji do człowieka jako osoby i w rodzinie określonej przez Magisterium Kościoła i nauczanie Jana Pawła II jako *communio personarum*? oraz: Czy człowiek odnajdzie się wobec mediów, które bardzo często konkurują z jego życiem rodzinnym?

ROZWÓJ PRZESTRZENI MEDIALNEJ POPRZEZ *COMMUNIO PERSONARUM*

Specjaliści od środków społecznego przekazu interesują się często profesjonalnym przekazywaniem informacji, możliwością dotarcia do jak największej liczby odbiorców, sprzedają reklamy czy akceptacją społeczną. Mniej traktują o przesyłaniu informacji jako czynniku przyczyniającym się do rozwoju osobistego i społecznego, a konkretnie do spełnienia się osobistego i we wspólnocie – do samorealizacji. Sam przekaz uwzględnia niestety przepływ informacji czy innych treści jednokierunkowo: od nadawcy do odbiorcy. Komunikowanie zaś winno być wierne etymologii słowa *communicare*, co znaczy „połączyć się, uczynić wspólnym, zawiadomić, naradzać się”, czy *communio* – czyli „wspólność, poczucie łączności” Instrukcja duszpasterska *Communio et progressio* (nr 11) mówi, że „komunikowanie” to coś więcej niż samo tylko przekazywanie idei czy wyrażanie uczuć, to przede wszystkim dawanie siebie z miłości. Ciekawe, że w Europie aż do XVI wieku pojęcie to oznaczało „komunię, uczestnictwo, dzielenie się” a dopiero w XVI zaczęło oznaczać także „przekaz, komunikat”²¹ Dziś „komunikować się” kojarzy się każdemu głównie z przekazywaniem informacji, właśnie przekazów. Komunikowanie zaś winno uwzględniać istotę

²⁰ Papieska Rada ds. Środków Społecznego Przekazu, *Etyka w środkach społecznego przekazu* (4 czerwca 2000), nr 1, 27. Por. W. P i s a r e k, *Kodeksy etyki dziennikarskiej*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Kraków 2000, s. 423-434.

²¹ T. G o b a n K l a s, *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i internetu*, Warszawa-Kraków 2002, s. 41-43.

communio personarum, co w dalszej konsekwencji oznacza komunikowanie na płaszczyźnie podmiot–podmiot.

Wgląd człowieka jako podmiotu w strukturę własnego „ja” staje się odkryciem struktury „ja” jako „ja”, czyli współodkryciem struktury każdego innego „ja”. Podmiot, odkrywając sam siebie w sobie, odkrywa w sobie prawdę o każdym drugim, odkrywa w sobie każdego drugiego. I sam popada przez to w „potrzask” prawdy o każdym drugim, wiążąc się jej normatywną mocą: nie jest w stanie odtąd jej zaprzeczyć lub ją zlekceważyć, nie lekceważąc prawdy o sobie. Podmiot akceptuje drugie „ja”, czyli afirmuje osobę, a w ten sposób poniekąd „wybiera go w sobie”, czyli we własnym „ja”; nie mam bowiem innego dostępu do drugiego człowieka jako „ja”, jak tylko poprzez własne „ja”

Głęboko tę prawdę przedstawia Karol Wojtyła w swym studium o realizacji *Vaticanum II*. Rozpoczyna ją od refleksji nad Konstytucją dogmatyczną o Kościele, nr 22: „Kiedy Pan Jezus modli się do Ojca, «aby wszyscy byli jedno... jako i my jedno jesteśmy» (J 17, 21-22), otwierając przed rozumem ludzkim niedostępne perspektywy, daje znać o pewnym podobieństwie między jednością Osób Boskich a jednością synów Bożych zespolonych w prawdzie i miłości. To podobieństwo ukazuje, że człowiek, będąc jedynym na ziemi stworzeniem, którego Bóg chciał dla niego samego, nie może odnaleźć się w pełni inaczej jak tylko poprzez bezinteresowany dar z siebie samego»” Kardynał następnie stwierdza, że podobieństwo człowieka do Boga sięga w pewnej mierze tajemnicy Trójcy Świętej, nade wszystko dzięki naturze społecznej, jeśli przez nią rozumiemy tę właściwość osoby, „iż nie może ona odnaleźć się w pełni inaczej jak tylko poprzez bezinteresowny dar z siebie samego” To dlatego zespolenie w prawdzie i miłości jest ostatecznym wyrazem wspólnoty osób. Zespolenie takie zasługuje na nazwę *communio*, co oznacza więcej niż *communitas*. Wyraz *communio* wskazuje na taką relację pomiędzy osobami, która tylko im jest właściwa. Wskazuje równocześnie na dobro, jakim osoby te się obdarzają, udzielając go sobie i zarazem przyjmując od siebie we wzajemnej relacji²²

Na gruncie relacji: „ja”–„ty”, z samej natury między-osobowej wspólnoty, rośnie też wzajemna odpowiedzialność osoby za osobę, a odpowiedzialność ta jest refleksem sumienia i transcendencji, która zarówno po stronie „ja” jak

²² Por. K. W o j t y ł a, *U podstaw odnowy. Studium o realizacji Vaticanum II*, Kraków 1972, s. 53-54.

i „ty” staje na drodze do samospelnienia, a równocześnie warunkuje właściwy, tj. autentycznie osobowy wymiar wspólnoty.

Przez wspólnotę rozumiemy to, co łączy. W relacji: „ja”–„ty” kształtuje się autentyczna między-osobowa wspólnota, jeżeli „ja” i „ty” trwają we wzajemnej afirmacji transcendentnej wartości osoby (można ją określić także jako godność), potwierdzając to swoimi czynami. Zdaje się, że tylko taki układ, który jest typowy dla personalizmu Kardynała Wojtyły, zasługuje na nazwę *communio personarum*²³ Taki układ między-osobowej relacji „ja”–„ty” pomiędzy kobietą a mężczyzną nabiera wymiaru społecznego przez akceptację wartości, które można określić jako dobro wspólne małżeństwa i dalej – rodziny. Zatem jest tu powiązanie relacji „ja”–„ty” oraz relacji „my”, które nawzajem z siebie czerpią i wzajemnie się ubogacają. Taki układ *communio personarum* zakłada pomyślny rozwój rodziny, każdej wspólnoty, określanej mianem „my”, a więc także i przestrzeni medialnej, w której rodzina uczestniczy jako we wspólnocie przez swoje *esse* i *agere*. Komunikacja bowiem, jak pisze Paweł VI w Orędziu na Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu w roku 1971, „nawet jeśli już sama w sobie nie jest komunią, może być jej uprzywilejowaną drogą” A *Communio et progressio* dodaje: „Z samej natury rzeczy, środki społecznego przekazu zmierzają do tego, aby ludzie, dzięki częstym kontaktom między sobą, nabrali większego poczucia wspólnoty. W ten sposób człowiek, jakby prowadzony ręką Bożą, razem z innymi ludźmi, swoimi braćmi, przyczynia się do wypełnienia Jego planów w historii. Współżycie i zjednoczenie ludzi, pierwszorzędny cel wszelkiego rodzaju komunikacji, wywodzi się, zgodnie z wiarą chrześcijańską, i znajduje swój największy przykład w odwiecznym współżyciu Boga Ojca i Syna i Ducha Świętego, żyjących tym samym życiem Bożym” (nr 8).

W duchu takiej komunikacji dochodzi do prawdziwego transferu informacji i wartości, które kształtują osobę jako podmiot i jako wspólnotę. W duchu takiej komunikacji obie strony – nadawcy i odbiorcy – akceptują soborowe wskazania z dekretu *Inter mirifica* o „prymacie porządku moralnego” (nr 6).

Odkryć w odkryciu siebie każdego drugiego oraz odkryć w tym, co bezwzględnie należne sobie od siebie, bezwzględnie należne każdemu drugiemu, to odkryć wraz z fundamentem antropologii fundament etyki²⁴ Oba te fun-

²³ W o j t y ł a, *Osoba: podmiot i wspólnota*, s. 402.

²⁴ T. S t y c z e Ń, *O antropologii Karola Wojtyły*, [w:] W o j t y ł a, *Osoba i czyn*, s. 510.

damenty są czymś koniecznym w przestrzeni medialnej, która jest przestrzenią wyzwania filozoficznych i etycznych zarazem.

TEORIA UCZESTNICTWA W PRZESTRZENI MEDIALNEJ

Obecność rodziny w przestrzeni medialnej, jak i towarzysząca członkom rodziny obecność mediów, zakłada działania wspólnie z innymi podmiotami, czyli działania w ramach „my”

W studium *Osoba i czyn* Karol Wojtyła mówi o teorii uczestnictwa jako działaniu „wspólnie z innymi” Jej punktem wyjścia jest aspekt dynamicznej korelacji czynu z osobą, który wynika z faktu, że czyny bywają spełniane przez ludzi „wspólnie z innymi” ludźmi²⁵ W uczestnictwie nie można się tylko dopatrywać samego „udziału”; chodzi przede wszystkim o sięgnięcie do podstaw tego udziału, do tych podstaw, które tkwią w człowieku jako osobie. Wojtyła definiuje uczestnictwo jako to, co odpowiada transcendencji i integracji zarazem osoby w czynie, wówczas, gdy ten czyn jest spełniany „wspólnie z innymi”, w różnorodnych relacjach społecznych czy międzyludzkich. „[...] dzięki uczestnictwu człowiek, działając wspólnie z innymi, zachowuje to wszystko, co wynika ze wspólnoty działania, a równocześnie – przez to właśnie – urzeczywistnia wartość personalistyczną własnego czynu”²⁶ Osoba, bytując i działając wspólnie z innymi, zawsze bytuje i działa jako osoba. Uczestnictwo jest właściwością osoby i zarazem stanowi swoisty rys wspólnoty. Dzięki tej właściwości osoba i wspólnota niejako przylegają do siebie, a nie są sobie obce czy przeciwstawne. Działanie wspólnie z innymi ma służyć spełnieniu człowieka jako osoby, a przynajmniej mu nie przeszkadzać. Prymat podmiotu osobowego decyduje o uczestnictwie człowieka we wspólnocie bądź o jego alienacji. Wspólnota jest czymś bardziej istotowym niż społeczeństwo. Człowiek jako jednostka gatunku jest i nie przestaje być człowiekiem bez względu na jakiegokolwiek układy społeczne czy międzyludzkie, natomiast człowiek jako podmiot osobowy może w tych stosunkach ulegać alienacji, poniekąd, „od-człowieczeniu”²⁷ Zaprzeczeniem uczestnictwa jest także indywidualizm, jak i totalizm. W ramach uczestnictwa we wspólnocie człowiek może przyjąć postawy autentyczne, jak postawa

²⁵ Por. W o j t y ł a, *Osoba i czyn*, s. 302.

²⁶ Tamże, s. 309.

²⁷ W o j t y ł a, *Osoba: podmiot i wspólnota*, s. 393.

solidarności oraz sprzeciwu, czy też postawy nieautentyczne, jak konformizm czy unik.

Tak rozumiane uczestnictwo w ramach wspólnoty, w ramach relacji „my”, stawia nowe zadania wobec rodziny, jak i wobec osób pracujących w środowiskach społecznego komunikowania czy w innych obszarach przestrzeni medialnej. „Ja” osoby ludzkiej konstytuuje się nie tylko przez „ty”, ale także przez „my”. Relacja „my” jako wspólnota wskazuje na swoistą podmiotowość wielości. „My” to wielość osób działających i bytujących w odniesieniu do jakiejś jednej wartości, którą można nazwać „dobrem wspólnym”²⁸ Pojęcie dobra wspólnego jest kluczową kwestią dla rozwiązania problemu uczestnictwa i wspólnoty. W ramach wspólnoty człowiek może wybierać to, co wybierają inni jako „dobro własne, służące spełnieniu jego własnej osoby. Równocześnie zaś, na podstawie tej samej zdolności uczestnictwa [...] człowiek oczekuje, aby we wspólnotach ugruntowanych na dobru wspólnym własne jego czyny służyły wspólnocie, podtrzymywały ją i wzbogacały. W takim układzie aksjologicznym człowiek gotów jest zrezygnować nawet z różnych dóbr jednostkowych, poświęcając je dla wspólnoty. Poświęcenie takie nie jest *wbrew naturze*, gdyż odpowiada w każdym człowieku właściwości uczestnictwa i na gruncie tejże właściwości otwiera mu drogę do spełnienia siebie”²⁹

Pełna realizacja ludzkiego „my” oznacza urzeczywistnienie wspólnoty, a zarazem podmiotowości wielu, a ostatecznie wszystkich ludzi. Wtedy można mówić o *communio personarum* w wymiarze globalnym przestrzeni medialnej.

Zakończenie naszej refleksji o miejscu rodziny w przestrzeni medialnej kieruje się ku Bogu. Człowiek noszący w sobie odniesienie do Absolutu, człowiek stworzony na obraz i podobieństwo Boże, otwiera drogę ku stwierdzeniu relacji pomiędzy przestrzenią medialną, w której jest i działa, a „Przestrzenią”, ku której tęskni w swoim ziemskim życiu.

Idea *Unio Personarum* – jako rzeczywistości Trójcy Świętej – oraz *communio personarum* płynie z cytowanego wcześniej fragmentu z KDK 24, opatrzonego komentarzem Kardynała Wojtyły. Misterium Trójcy Świętej jako doskonałej wspólnoty osób jest miarą istnienia i działania człowieka na ziemi, jest wpisane w dynamizm społeczny ludzi³⁰ Tak więc już nie tylko po-

²⁸ Por. tamże, s. 403; P. K a ż m i e r c z a k, *Personalistyczna koncepcja wychowania w nauczaniu Jana Pawła II*, Kraków 2003, s. 58-62.

²⁹ W o j t y ł a, *Osoba i czyn*, s. 322.

³⁰ Por. J. N a g ó r n y, *Postannictwo chrześcijan w świecie współczesnym*, Lublin 1997,

jedynca osoba odnajduje w tym Misterium swój obraz i podobieństwo, ale także relacje interpersonalne we wspólnocie mają swe odniesienie do Jedności i zarazem Wspólnoty Osób zespolonych w prawdzie i w miłości. W związku z tym także relacje w przestrzeni medialnej winny być nacechowane owym zespoleniem w prawdzie i w miłości, czy inaczej – bezinteresownym darem z siebie samego na rzecz drugiego człowieka, dla jego dobra, w konsekwencji dla dobra wspólnego, zarówno w wymiarze życia ziemskiego, jak i pozaziemskiego. Ów bezinteresowny dar z siebie samego jest kluczem do personalnych relacji międzyludzkich, jak i relacji ludzko-boskich. Instrukcja duszpasterska *Communio et progressio* stwierdza, że „komunikowanie, to coś więcej niż samo tylko przekazywanie idei czy wyrażanie uczuć, to przede wszystkim dawanie siebie z miłości” (nr 11). W ten sposób człowiek, wspólnota, przestrzeń medialna uczestniczą w życiu *Deitas*, a to oznacza uczestnictwo w Misterium Chrystusa – Misterium Synostwa. Dzieje człowieka i wszelkie relacje międzyludzkie istnieją w ramach samoudzielania się Boga w Chrystusie. To uczestnictwo ukazuje jednocześnie człowiekowi jego powołanie do *communio personarum* na wielu płaszczyznach życia: w rodzinie, w obszarach przestrzeni medialnej, w tym także w Kościele – *Communio Ecclesiae*. Także Kościół jest częścią owej przestrzeni medialnej, jest powołany do bycia w niej i działania dla odkrywania fundamentalnych prawd o człowieku, do podejmowania wyzwań filozoficznych i etycznych współczesnego świata, w końcu do pełnienia swej misji ewangelizacyjnej.

BIBLIGRAFIA

- B a r t n i k C z. S.: Dogmatyka katolicka, Lublin 1999.
C h a n e y D.: Fiction and Ceremonies, London 1979.
C h w a s z c z J., P i e t r u s z k a M., S i k o r s k i D.: Media, [w:]
Uzależnienia. Fakty i mity, red. I. Niewiadomska, Lublin 2005.
C w a l i n a W Interakcje między widzami a osobami prowadzącymi programy
TV, [w:] Psychologiczne aspekty odbioru telewizji, red. P. Francuz, Lublin: 1999,
s. 54-56.

- D r o ż d ż M.:** *Osoba i media. Personalistyczny paradygmat etyki mediów*, Tarnów: 2005.
- D y c z e w s k i L.:** *Rodzina, społeczeństwo, państwo*, Lublin 1994.
- D y s o n R. A.:** *Mind Abuse. Media Violence in an Information Age*, Montreal 2000.
- F i s k e J.:** *Wprowadzenie do badań nad komunikowaniem*, Wrocław 1999.
- G o b a n K l a s T.:** *Komunikowanie i media*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Kraków 2000, s. 12-14.
- *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*, Warszawa–Kraków 2002.
- K a ż m i e r c z a k P.:** *Personalistyczna koncepcja wychowania w nauczaniu Jana Pawła II*, Kraków 2003
- L e p a A.:** *Media a postawy*, Łódź 2002.
- M a s t e r m a n L.:** *Teaching the Media*, New York 1985.
- Media Anthropology*, Eds. E. W. Rothenbuhler, W. Coman, Thousand–London–New Delhi, 2005.
- N a g ó r n y J.:** *Posłannictwo chrześcijan w świecie współczesnym*, Lublin 1997.
- Orędzia Papieskie na Światowe Dni Komunikacji Społecznej 1967-2002*, red. M. Lis, Częstochowa 2002.
- P i s a r e k W.:** *Kodeksy etyki dziennikarskiej*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Kraków 2000, s. 423-434.
- P l e s s n e r H.:** *Pytania o „conditio humana”*, Warszawa 1988.
- P o u p a r d P.:** *Quale umanesimo per il Terzio Millenio?*, [w:] *Quale umanesimo per il Terzio Millenio? [Materiały z sympozjum zorganizowanego w Pontificia Università Urbaniana w dn. 6-7 lipca 2000 r. w Rzymie]*.
- R a t z i n g e r J.:** *Perché un’enciclica sulla morale?*, [w:] *„Veritatis splendor” Genesi, elaborazione, significato*, red. G. Russo, Roma 1994.
- S a v a g n o n e G.:** *Comunicazione oltre il mito e l’utopia. Per una cultura conviviale*, Milano 1997.
- S o r l i n P.:** *Mass media*, Wrocław 2001.
- S t e w a r t J.:** *Komunikacja interpersonalna: kontakt między osobami*, [w:] *Mosty zamiast murów. Podręcznik komunikacji interpersonalnej*, red. J. Stewart, Warszawa 2003.
- W o j t k u n J.:** *Internet – szanse i zagrożenia*, „Zeszyty Formacji Katechetów”, 4(2004), nr 3, s. 29-34.
- W o j t y ł a K.:** *U podstaw odnowy. Studium o realizacji Vaticanum II*, Kraków 1972.
- *Osoba i czyn oraz inne studia antropologiczne*, Lublin 1994.
- Z a s ę p a T.:** *Media, człowiek, społeczeństwo*, Częstochowa 2000.
- Ż y c i ń s k i J.:** *La scienza e l’uomo*, [w:] *Quale umanesimo per il Terzio Millenio? [Materiały z sympozjum zorganizowanego w Pontificia Università Urbaniana w dn. 6-7 lipca 2000 r. w Rzymie]*.

THE FAMILY IN THE MEDIA SPHERE

S u m m a r y

Contemporary media change the face of human communication. Media also change man and man's natural environment of existence – the family. A family, where man experiences and learns interpersonal communication belongs to the sphere of multimedia civilisation or the span these media create. The need arises to enquire about the family's position and men's position in that span, to enquire about the dangers and possibilities which stem from the mutual presence and communication in the media domain. The article, based on Karol Wojtyła's personalistic line of thinking, draws attention to human's special place in the communication process, which stems from ontic- existential fact, that he himself is a person and the communication process itself is a person's message, which leads to the community of people- *communio personarum*. These truths indicate the direction for the activities of media spheres, that is broadcasters and man and the family, that is receivers. these areas are, aboveall, transcendence towards the truth oud good of society and individual human bering.

Translated by Paweł Kozłowski

Słowa kluczowe: przestrzeń medialna, rodzina, osoba, *communio personarum*, komunikacja.

Key words: media sphere, family, person, *communio personarum*, communication.