

OD REDAKCJI

Jednym z istotnych znamion posoborowej odnowy teologii moralnej jest stale poszerzający się obszar jej zainteresowań. Współczesna teologia moralna podejmuje bowiem refleksję nad moralnymi aspektami tych zjawisk, które wpływają na życie ludzkie, zmieniając je tak pod względem indywidualnym, jak i społecznym. Nie ulega wątpliwości, że jedną z dziedzin, która w znaczący sposób wpłynęła i nadal wpływa na kształt życia ludzkiego, jest dziedzina szeroko rozumianego przepływu i przekazu informacji, w której szczególną rolę odgrywają coraz bardziej zawansowane technologicznie środki społecznej komunikacji.

Żywiłowemu wprost rozwojowi tej dziedziny towarzyszy prawie od początku refleksja nad różnymi aspektami komunikacji społecznej, niekiedy niestety zawężanej jedynie do problematyki przekazu informacji. Dostyc wcześniej też zdano sobie sprawę z konieczności podjęcia refleksji nad etycznymi aspektami samej komunikacji społecznej oraz odpowiedzialności moralnej ludzi posługujących się społecznymi środkami przekazu; chodzi tu zarówno o tych, którzy aktywnie je współtworzą jako dysponenci i pracownicy środków komunikacji społecznej, jak i o odbiorców przekazu.

W tej refleksji o charakterze etycznym nie mogło zabraknąć i nie zabrakło głosu Kościoła. Ten głos stał się szczególnie wyraźny od czasów Soboru Watykańskiego II, a więc od wydanego prawie pół wieku temu dekretu „*Inter mirifica*” (4 grudnia 1963), którego dopełnieniem były dwie instrukcje Papieskiej Rady do spraw Środków Społecznego Przekazu: wydana w 1971 roku instrukcja „*Communio et progressio*” oraz opublikowana dwadzieścia lat później instrukcja duszpasterska „*Aetatis novae*”.

Potrzeba takiej syntezy nauczania Kościoła na temat środków społecznej komunikacji wydaje się oczywista i to tym bardziej, że od czasu Soboru Watykańskiego II można mówić o istotnym rozwoju tego nauczania. Ten rozwój jest dostrzegalny nade wszystko na dwu płaszczyznach. Z jednej strony sam rozwój dziedziny komunikacji społecznej, powstawanie i doskonalenie środków komunikacji oraz coraz szerszy ich wpływ na życie jednostkowe i społeczne stanowi dla Kościoła istotne wezwanie,

by ciągle aktualizować swoją refleksję na ten temat. Z drugiej strony rozwój tego nauczania Kościoła wiąże się ze stale wzrastającą akceptacją obecności i roli środków społecznej komunikacji, aż do ukazania ich roli w dziele ewangelizacji.

W tym kontekście trzeba spojrzeć na niezwykle udaną próbę prezentacji zadań środków komunikacji społecznej w posłannictwie Kościoła lokalnego na przykładzie dokumentów Konferencji Episkopatu Włoch, jaką podjęła Pani Iwona Sułek. Prezentowana książka w swej pierwotnej wersji zrodziła się jako rozprawa doktorska napisana w Katedrze Teologii Moralnej Społecznej KUL. Jej celem jest z jednej strony ukazanie środków komunikacji społecznej w posłannictwie Kościoła lokalnego we Włoszech w perspektywie dokonujących się przeobrażeń technologicznych, a także z uwzględnieniem nowej kultury medialnej, w której współczesne media odgrywają strategiczną rolę. Oprócz analizy bogatego nauczania doktrynalnego Konferencji Episkopatu Włoch, autorka dokonała szerokiej prezentacji imponującej panoramy ogólnokrajowych i lokalnych mediów katolickich we Włoszech i ich oddziaływania na szeroko rozumiane duszpasterstwo. Wartością nie do przecenienia książki, którą Czytelnik bierze do rąk, jest ściśle powiązanie funkcjonowania środków komunikacji społecznej zarówno z technologicznymi przeobrażeniami, ale zwłaszcza z przestrzenią kultury, której media część integralną przecież stanowią. Episkopat włoski niejednokrotnie podkreślał, że mediów nie należy dzisiaj postrzegać tylko i wyłącznie jako narzędzi pracy i komunikacji. Stają się one coraz bardziej wyznacznikami nowej kultury, w budowaniu której Kościół pragnie żywo uczestniczyć.

Dokonany przez autorkę wybór tego konkretnego Kościoła lokalnego należy uznać za więcej niż trafny, gdyż rzadko kiedy ma się do czynienia z tak szerokim i wieloaspektowym zaangażowaniem się Kościoła w media, jak w przypadku Kościoła włoskiego. Przykład Kościoła włoskiego pokazuje, że biskupi postrzegają komunikację międzyludzką za pomocą mediów, nie tylko jako jeden z sektorów duszpasterstwa, ale wręcz jako zasadniczy jego wymiar i zdają sobie sprawę z konieczności zarówno inkulturacji wiary, jak i ewangelizacji w dziedzinie kultury.

Na końcu prezentacji kolejnego tomu serii wydawniczej „Moralność życia społecznego” warto podkreślić szczególną aktualność podjętego tematu, także w odniesieniu do sytuacji Kościoła i mediów w Polsce. Należy żywić nadzieję, że doświadczenia i przemyślenia Kościoła włoskiego staną się inspiracją dla działań podejmowanych przez pasterzy i odpowiedzialnych za kształt mediów katolickich w Polsce.

*Jerzy Gocko SDB
Redaktor naukowy serii*