

Paulina Biegaj

*Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie
Uniwersytet Jagielloński*

POSTULAT INFOETYKI. INFOETYKA JAKO PRAWO MIŁOŚCI DLA WSPÓŁCZESNEJ MEDIOSFERY

Abstract: **Infoethics.** Due to the appearance of new information technologies which contain specific characteristics, the sphere of modern media needs to re-engage with the issues of media ethics, particularly the ethics of journalism. Therefore, Pope Benedict XVI presented a postulate on infoethics. Infoethics is not a new field, but rather, it draws on the Law of God and the achievements of Christian ethics as well as the ethics of journalism. Thus, we treat it on the one hand as normative ethics with standard values and on the other hand as moral law which draws on the foundations of Christian thought. Within this framework, infoethics concerns unprecedented problems for both the Internet and traditional media. Changes in the nature of the journalist's work are reason for the formulation of supplemental codes of ethics. The same principles of formulation, however, are not enough. Therefore, the primary criterion of infoethics, and of all ethical conduct, is love.

Współczesna przestrzeń medialna ze względu na pojawianie się w niej nowych technologii informacyjnych mających specyficzne cechy, potrzebuje ponownego podjęcia zagadnienia etyki mediów, szczególnie etyki dziennikarskiej. Stąd postulat infoetyki przedstawiony przez papieża Benedykta XVI. Nie jest to dziedzina nowa, ponieważ odwołuje się do Prawa Bożego i osiągnięć chrześcijańskiej etyki, także tej dziennikarskiej. Tym samym traktujemy ją jako z jednej strony etykę normatywną z warunkującymi normy wartościami, a z drugiej jako prawo moralne odwołujące się do fundamentów myśli chrześcijańskiej. Ujęta w takie ramy infoetyka dotyczy niespotykanych dotąd problemów zarówno internetu, jak i tradycyjnych mediów. Zmiany charakteru pracy dziennikarza to powód formułowania uzupełnionych kodeksów etycznych. Same zasady w nich formułowane jednak nie wystarczą. Dlatego podstawowym kryterium infoetycznym, ale także każdego postępowania etycznego, jest miłość.

Keywords: infoethics, ethics, Christian ethics, moral law, journalism, new media
infoetyka, etyka, etyka chrześcijańska, prawo moralne, dziennikarstwo, nowe media

1. POJĘCIE INFOETYKI I JEJ KRYTERIA

Pojęcie infoetyki nie do końca jest pojęciem nowym. Przedrostek info- wskazuje tu na obszar zastosowania zasad etycznych. A jest nim współczesna mediosfera i obecne w niej treści informacyjne. I tutaj właśnie odnajdujemy *novum* dla etyki, które równocześnie stanowi dla niej wyzwanie. Bowiem pojęcie etyki w sposób oczywisty nie zmienia znaczenia w kontekście zjawisk, zwłaszcza postępu, pojawiających się w sferze mediów XXI wieku. Nowych mediów, dodajmy. Zmienia się za to mediosfera. Tak więc, jak stwierdza Dariusz Raś, pytanie, „czy potrzeba nam nowej etyki [...], to raczej pytanie prowokacja. [...] Należy stosować znane etyczne zasady w nowych okolicznościach”¹. Zatem infoetykę możemy zdefiniować jako etykę mediosfery, czyli naukowe ujęcie dobra w konkretnej dziedzinie, jaką jest w tym przypadku mediosfera.

W związku z tym dla pojęcia infoetyki wskażemy kilka kryteriów. Pierwszym z nich będzie oczywiście dobro. Zgodnie z myślą św. Augustyna wszystko, co pochodzi od Boga i zostało przez Niego stworzone, oraz wszystko, co istnieje, a więc także media, jest dobre². Równocześnie media te będą dla nas dobrami. Podobnie jak kolejne kryterium, jakim są wartości. O tym, jakie wartości zostały wyszczególnione jako istotne dla funkcjonowania mediów, powiemy dalej. Infoetyka posiada również określone normy, które z jednej strony wynikają w wartości, a z drugiej wskazują odpowiedź na kantowskie pytanie „co powinienem czynić?”³. To pytanie pojawia się w konkretnych sytuacjach składających się na doświadczenie dziennikarza czy odbiorcy medialnego. Józef Tischner zauważa, że „podstawową troską [...] myślenia o człowieku jest formułowanie powszechnych „norm działania”, które niczym instrukcje funkcjonowania maszyn mają zapewnić ład w społeczeństwie. Pomija się przy tym pytanie, jaki jest wewnętrzny stosunek człowieka do własnej działalności”⁴. Refleksję nad tą działalnością umożliwia sumienie. Ono również wyznacza nam kryterium formułowania charakterystyk infoetyki. Joseph Ratzinger nazwie je naczelną normą⁵. Jeśli mówimy o etycznej refleksji, nie sposób nie odwołać się do Platona i intelektualizmu etycznego. Bez rozumnej refleksji nad tym, co robię, co powinienem zrobić lub co zrobiłem, nie jest możliwe dobre postępowanie. Bez mądrości jako przedostatniego kryterium nie są możliwe właściwe pod względem moralnym wybory. Jednak paradoksalnie pęd ku wiedzy redukuje dzisiaj refleksję. Istotniejsza jest bowiem dla wielu wiedza wspierająca rozwój ekonomiczny i nowych technologii, a nie duchowy i moralny osoby. Tischner także napisze o technologizacji, ale właśnie w obszarze formułowania norm etycznych. Jego zdaniem nie mogą one nauczyć człowieka rzetelnej moralności⁶. Tymczasem nasza moralność znajduje swój punkt zaczepienia w każdym jednym i niepowtarzalnym

¹ D. Raś, *Nowe media, nowe społeczności, nowa etyka?*, [w:] *Na skrzyżowaniu dróg*, red. J. Mastalski, B. Mielec, Kraków 2011, s. 64.

² Św. Augustyn, *O naturze dobra*, [w:] *Dialogi i pisma filozoficzne*, Warszawa 1954, s. 169; por. s. 170–171, 192–193.

³ O. O’Neill, *Etyka Kantowska*, [w:] *Przewodnik po etyce*, red. P. Singer, przeł. W. J. Bober, Warszawa 1998; por. I. Kant, *Uzasadnienie metafizyki moralności*, przekł. M. Wartenberg, Warszawa 1984.

⁴ J. Tischner, *Myślenie według wartości*, Kraków 2000, s. 362.

⁵ Por. J. Ratzinger, *Prawda, wartości, władza. Kiedy społeczeństwo można uznać za pluralistyczne*, przekł. G. Sowiński, Kraków 1999.

⁶ Por. J. Tischner, *Myślenie według wartości*, dz. cyt., s. 362.

doświadczeniu spotkania z drugim człowiekiem. Stąd tischnerowskie pojęcie etyki jako wiedzy „o sposobach bycia ludzi wśród ludzi”⁷. I stąd także ostatnie kryterium infoetyczne, jakie warunkuje człowiek jako osoba. Jak pisze Michał Drożdż, w obiektywnym świecie wartości i powinności na naczelnym miejscu jawi się wartość i godność człowieka⁸. Nie byłoby etyki, także infoetyki bez człowieka. Ale też bez dostrzeżenia jego godności nie będzie właściwej infoetyki.

2. POSTULAT INFOETYKI PAPIEŻA BENEDYKTA XVI

Benedykt XVI postuluje infoetykę jako dziedzinę przeznaczoną dla nowych zjawisk dotyczących etyki dziennikarskiej w Orędziu na Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu w 2008 roku *Szukanie prawdy, by się nią dzielić*. W przełomowym zdaniu orędzia pisze: „Niektórzy sądzą, że jest dziś potrzebna w tej dziedzinie [środków społecznego przekazu] swoista infoetyka, przez analogię do bioetyki, istniejącej na polu medycyny”⁹. Przyczyn takiej opinii możemy szukać w aktualnej sytuacji mediów, którą najwyraźniej odda katalog antywartości sporządzony według myśli byłego papieża. Są w nim: manipulacja, zwłaszcza sumieniami, przemoc, wulgarność, dyskryminacja, kreowanie zamiast informowania, wykorzystywanie informacji do celów ideologicznych. Z kolei wartościami, które Benedykt XVI uznałby za kryteria infoetyki, są rodzina, edukacja, wiedza, dialog, solidarność, sprawiedliwość społeczna, służba, dobro, formacja etyczna człowieka, zasady etyczne, godność człowieka, wolność, osoba i jej wielkość, prawda, piękno, aspekt religijny¹⁰. Rozwińmy teraz to, co powiedzieliśmy w tej części, na dwóch płaszczyznach. Pierwsza to charakterystyka współczesnej mediosfery jako uzasadnienie potrzeby już nie etyki dziennikarskiej czy medialnej, ale infoetyki. Drugą natomiast będą obszary medialne, w których rzeczywiście dostrzegamy problemy wymienione przez papieża.

3. NOWE MEDIA I ICH CHARAKTERYSTYKA

Na wstępie należy uściślić, że mediosfera nie jest pojęciem jednoznacznym. Mediosferą określamy najczęściej przestrzeń komunikowania społecznego za pośrednictwem jakichkolwiek mediów. W mediosferze możemy wyróżnić szczegółowe obszary komunikowania medialnego. Najważniejszym jednak z punktu widzenia naszych zainteresowań obszarem jest infosfera. To tutaj występują treści, które są nam komunikowane jako istotne, mające wzbogacić naszą wiedzę. Nie będzie to jednak tylko i wyłącznie informacja dziennikarska. Dzięki nowym mediom każdy może być autorem informacji przekazującym ją nie tylko drugiej osobie, ale nawet całemu światu. Umożliwiają to właśnie nowe media, o których już wspomnieliśmy. Telefonem komórkowym posługują się już

⁷ Tamże, s. 370.

⁸ Por. M. Drożdż, *Etyczne orientacje w mediosferze*, Tarnów 2006, s. 99.

⁹ Benedykt XVI, *Szukanie prawdy, by się nią dzielić*. Orędzie na Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu, „L'Osservatore Romano” 2008, nr 3, s. 9.

¹⁰ Por. tamże, s. 9.

prawie wszyscy. A jak wiemy, to nie tylko przenośny telefon, ale nośnik internetu, aparat fotograficzny, odtwarzacz muzyki, edytor tekstowy, zatem urządzenie multimedialne.

Takich nowoczesnych wynalazków pełniących funkcję mediów jest coraz więcej. Są to tablety, iPady, smartfony, a w nich internet, z którym związane możliwości – takie jak blogowanie, YouTube, Wikipedia, Digg, MySpace, Facebook, Twitter, Second Life czy podcasty¹¹ – są na tyle rozbudowane, że zostały nazwane nowymi mediami, a nawet nowymi nowymi mediami (określenie podane przez Paula Levinsona). Oprócz nich mamy również technologie, kod binarny, na którym opierają się zintegrowane i interaktywne media, technologię GUI (graficzny interfejs użytkownika), awatary, VR, czyli wirtualną rzeczywistość, sztuczną inteligencję, WAP 2.0 czy Web 3.0. To, w jaki sposób z nich korzystamy i do czego wykorzystujemy, implikuje osiem cech nowych mediów, warunkujących także charakterystykę ich moderatorów. Są to: ogólnodostępność i bliskość, interdyscyplinarność i zjawisko medium w medium, interaktywność, wirtualność, szybkość, sugestywność. Jeśli podawać za Benedyktem XVI zagrożenia ze strony mediów, to wymienione ich cechy będą te zagrożenia intensyfikować. Także ściśle dziennikarska informacja, w odróżnieniu od tej, której autorem nie jest profesjonalny dziennikarz, będzie posiadała określone cechami nowych mediów konotacje.

Powiedzmy najpierw o ogólnodostępności, bowiem niewątpliwie jest ona wyzwaniem nie tylko dla moralnego postępowania, ale dla zhumanizowanego jeszcze funkcjonowania w mediasferze w ogóle. Istotna jest tutaj swoboda, łatwy dostęp do mediów, brak barier przestrzennych i czasowych¹². Podnosi to liczbę kliknięć w laptopach lub smartfonach, liczbę odwiedzanych stron i procent informacji pochodzących z internetu. Zwiększa to także liczbę osób korzystających z mediów. Jeśli chodzi o bliskość, nie bez znaczenia pozostaje fakt, że media są coraz bliżej nas. Dawniej oglądaliśmy telewizor ze znacznej odległości, dzisiaj laptopa trzymamy na kolanach, a telefony funkcjonują dzięki naszemu dotykowi. Sprawia to także częstsze i łatwiejsze używanie mediów. Dodajmy do tego ich mobilność¹³. Możemy wtedy stwierdzić, że media poruszają się wraz z człowiekiem, są z nim cały czas. Człowiek coraz bardziej przybliża się do mediów, ale też w nich szuka bliskości. Tutaj mamy do czynienia z zagadnieniem spotkań międzyludzkich, ale mimo wszystko na dystans. Stąd także pojęcie bliskości na dystans¹⁴. Użytkownicy mediów szukają tej bliskości przede wszystkim na czatach i forach internetowych, także na portalach społecznościowych. Portale noszą w sobie zjawisko medium w medium. Na popularnym Facebooku jest czat, poczta, informacje, zdjęcia, filmy, komentarze, cała wirtualna rzeczywistość. Inną cechą zwiększającą rolę nowych mediów we współczesnej mediasferze jest interdyscyplinarność. Kolokwialnie powiedzielibyśmy, że media są dzisiaj od wszystkiego. Możemy w nich znaleźć encyklopedyczną wiedzę i zapłacić rachunek. A gdy mówimy o wiedzy, to obejmuje ona wszystkie możliwe dziedziny życia. To nie tylko zwiększa, ale także zmienia rolę współczesnych mediów, także ich interaktywność. „Interakcje, czyli wymiany informacji między ludźmi zastępowane są interaktywnością, czyli wymianą między człowiekiem a maszyną, której zakres w obrębie wielu transmisji

¹¹ Por. P. Levinson, *Nowe nowe media*, Kraków 2010, s. 11.

¹² Por. D. Sobczyk, *Sposoby porozumiewania się w Internecie*, [w:] *Komunikacja społeczna w świecie wirtualnym*, red. M. Wawrzak-Chodaczek, Toruń 2008, s. 52.

¹³ Por. T. Goban-Klas, *Cywilizacja medialna. Geneza, ewolucja, eksplozja*, Warszawa, 2005, s. 154–162.

¹⁴ D. Horton, R. Wohl, *Mass communication and para-social interaction: observations on intimacy at a distance*, „Psychiatry” 1956, nr 19, s. 215–229.

coraz bardziej się powiększa¹⁵. Jean Baudrillard zauważa, że „interaktywność ludzi stała się interaktywnością ekranów”¹⁶. W tym kontekście możemy wprowadzić kolejną cechę nowych mediów, najnowszą i najbardziej chyba zauważalną. Jest to ich wirtualność. To, że media stają się wirtualne, oznacza, że tworzą one pewną osobną rzeczywistość także „dla spotkań międzyludzkich”. Nie bardzo wiadomo, jak odnieść wymóg postępowania moralnego do postępowania w wirtualnej przestrzeni i pojęcia wirtualności. Wiadome jest jednak, że wirtualność należy uwzględnić w charakterystyce mediosfery, w której ma funkcjonować infoetyka. Z jednej strony ludzie przestają częściowo funkcjonować w prawdziwej rzeczywistości na rzecz zanurzenia w wirtualnym świecie i być może także tam potrzebują kryteriów etycznego postępowania. Jednak pozostając w świecie rzeczywistym, możemy pytać o wpływ korzystania z wirtualności na przykład na rzeczywiste relacje międzyludzkie. Badacze wskazują też na przejście przez wirtualną rzeczywistość wychowania młodych ludzi¹⁷. Stąd będziemy mówić także o ogromnym wpływie nowych mediów na społeczeństwo i poszczególne osoby, także o wpływie informacji dziennikarskich i samych dziennikarzy na nas. Będziemy zauważać ogromną siłę sugestii, autorytet mediów, tym bardziej że są one stałym i bliskim, a także kreującym coraz to nowsze potrzeby elementem naszej codzienności. Jeśli chodzi o wspomniane informacje dziennikarskie, to zauważmy również, jak szybko mogą się one rozprzestrzeniać za sprawą szybkich właśnie nowych mediów. Mówi się już nawet o „hiperprędkości”¹⁸.

4. INFOETYKA A DZIENNIKARSTWO XXI WIEKU

Mimo tego, co powiedzieliśmy o powszechnym korzystaniu z mediów, nadal istotną rolę w komunikowaniu społecznym pełni informacja prasowa i praca dziennikarza. A jeśli dziennikarz, to nie bezosobowe i zmechanizowane media, ale ludzie, którzy ich używają. Co więcej, zgodnie z tym, co powiedzieliśmy o człowieku w mediosferze, Andrzej Baczyński stwierdza, że „proponowana przez Benedykta XVI infoetyka [...] ma w sposób czytelny i oczywisty chronić człowieka – twórcę i odbiorcę medialnego przekazu”¹⁹. Infoetyka dotyczy również człowieka w jego spotkaniach z innymi w obszarze mediosfery. Zatem infoetykę w odniesieniu do etyki dziennikarza, która tą etyką dziennikarską także między innymi jest, potraktujmy jako wiedzę o sposobach bycia dziennikarzy w spotkaniach z innymi. I tutaj wyszczególnimy spotkania dziennikarza ze swoim informatorem, redaktora naczelnego z podwładnym czy praktykantem, dziennikarza z dziennikarzem, a w końcu dziennikarza z własnym sumieniem. Związane z tymi spotkaniami będą takie problematyczne zagadnienia jak sposób gromadzenia informacji, nie zawsze uczciwy i nie zawsze chroniący informatora, brak szacunku

¹⁵ T. Miczka, *Multimedia – „multi” w mediach... Nowe szanse i zagrożenia kultury i komunikacji*, [w:] *Kultura, język, edukacja*, red. R. Mrózek, Katowice 1998, s. 18.

¹⁶ J. Baudrillard, *Le Xerox et l'infini*, „Traverses” 1988, nr 44/45, s. 21.

¹⁷ Por. B. Ciżkowicz, *Ciemne strony sieci*, [w:] *Media i społeczeństwo – nowe strategie komunikacyjne*, red. M. Sokołowski, Toruń 2008, s. 311.

¹⁸ Por. E. Struzik, *Problem komunikacji w rzeczywistości wirtualnej...*, [w:] *Człowiek a światy wirtualne*, red. A. Kiepa, M. Sulowska, M. Wołek, Katowice 2009, s. 101.

¹⁹ A. Baczyński, *Człowiek w sieci mediów. Infoetyka zamiast „audience”*, „Studia Socialia Cracoviensia” 2010, nr 2, s. 54.

wobec praktykantów w redakcjach i zlecenie im zbyt wiele zadań czy linia programowa redakcji.

W końcu musimy pamiętać o tym, że odbiorca „spotyka się” z efektami dziennikarskich działań, korzystając z mediów. A to, co odbiera, staje się, najprościej rzecz ujmując, częścią życiowego doświadczenia odbiorcy. Stąd dziennikarz powinien zwracać uwagę na to, jak wpływa na doświadczenie życia przez odbiorcę mediów. W tym względzie wymieńmy chociażby takie wyzwania dla moralnego postępowania dziennikarza jak wybór tematyki informacji oraz sposób ich publikacji. Jeśli chodzi o tę pierwszą kwestię, mamy coraz częściej do czynienia z przewagą negatywnych informacji. Niszczy to człowieka, zniekształca obraz rzeczywistości i nie służy jego dobru. Takie zjawisko powoduje najczęściej zniechęcenie w dążeniu do dobra i poczucie bezsensu życia²⁰. Co do sposobu publikacji informacji, może on między innymi powodować konflikty, wywoływać u odbiorcy przewidziane przez autorów newsów negatywne emocje albo tworzyć pozór istotności informacji. Ważny jest tu także czas publikacji informacji, jej dobór oraz bohaterowie. Zwłaszcza w świecie polityki łatwo zauważyć problemy związane z tym, kto, jak często i w jakich okolicznościach pojawia się w mediach. Ponadto obserwujemy wielokrotnie naruszanie prawa do poszanowania godności drugiego człowieka, w szczególności w pogoni za sensacją. Związane jest to najczęściej z nieprzestrzeganiem przez dziennikarza prawa do prywatności. Tymczasem „sfera intymności jest sferą bardzo delikatną, stąd każde nadużycie ludzkiego zaufania w tej dziedzinie jest bardzo bolesne i krzywdzące”²¹.

Intensyfikacja wskazanych problemów czy wyzwań następuje w przypadku, w którym weźmiemy pod uwagę medialne życie internetu. W nim z powodu możliwości szybkiej i natychmiastowej publikacji ogólnodostępnych informacji wzrasta ryzyko skrzywdzenia drugiej osoby. Szybko rozprzestrzeniającą się szkodliwą plotkę trudniej sprostować, a napływ wielu negatywnych treści może jeszcze bardziej pogłębić przekonanie o braku dobra w rzeczywistości, tym bardziej że w internecie można umieścić niemal wszystko, jeśli chodzi o słowa i obrazy. To medium okazuje się najbardziej skuteczne w manipulowaniu innymi, może to być bowiem manipulacja na skalę światową. Mamy tu na myśli przede wszystkim specyficzny styl informowania i sposób odbioru informacji. „Natręctwo informacji nie tylko nasyca przeciętną chłonność ludzkiego umysłu. Utrwała ono także postawę biorcy. Postawa ta oscyluje pomiędzy informacją, propagandą i reklamą”²². Dostrzegalne jest także informowanie, zwłaszcza w internecie, zbliżone do dostarczania rozrywki. Dziennikarska służba staje się w takiej sytuacji służbą nie publiczną, a służbą publiczności²³. Stąd nie tylko wiele wpływających na emocje przekazów medialnych, plotek, sensacji, ale także zalew pornografii, wulgarności i przemocy. I tutaj nie mówimy już tylko o informacjach dziennikarskich, ale przede wszystkim o ogóle treści pojawiających się w internecie, a także w reklamie. W niej właśnie z pewnością zauważamy wszystkie problemy mediów, które wymienia Benedykt XVI. A dokładniej w psychologicznych chwytach reklamowych, reklamach produktów związanych

²⁰ Por. Z. Sareło, *Media w służbie osoby. Etyka społecznego komunikowania*, Toruń 2002, s. 99.

²¹ R. E. Grabowski, *Konflikt między prawem do intymności i życia prywatnego a prawem do informacji*, [w:] *Dziennikarski etos. Z wybranych zagadnień deontologii dziennikarskiej*, red. Z. Kobylińska, Olsztyn 1996, s. 192.

²² K. Czuba, *Etyczne konsekwencje manipulacji w mass mediach*, [w:] *Dziennikarski etos...*, dz. cyt., s. 143.

²³ Por. P. Czarnecki, *Etyka mediów*, Warszawa 2008, s. 21–22.

z seksualnością i życiem intymnym człowieka czy projektowaniu rzekomego świata marzeń przez reklamę. Inną kwestią jest to, że reklama, a wraz z nią media, w której się pojawia, równocześnie reklamuje wymienione wcześniej antywartości.

Wymienione kryteria i wartości infoetyczne są podstawą dla tworzenia kodeksów infoetyki dziennikarskiej. Oczywiście, jak już wcześniej można zauważyć, nie rozwiążą one wszystkich problemów, a także dylematów moralnych ludzi żyjących w mediosferze. Jak twierdzi Jerzy Jastrzębski, „nowe media nie poddają się [...] jednoznacznej ocenie przy użyciu tradycyjnych kryteriów wartościowania zachowań dziennikarzy. Nie znaczy to, że możemy zignorować dziennikarskie kodeksy deontologiczne [...]. Być może jednak trzeba je będzie znacząco uzupełnić i poddać w najbliższej przyszłości daleko idącym modyfikacjom”²⁴. Infoetyka dziennikarska jako etyka normatywna, we współpracy z prawem, może przyczynić się nie tylko do lepszej znajomości i pogłębienia zasad moralnych. Może także jasno określić i sankcjonować niektóre zagadnienia z pogranicza prawa i etyki dziennikarskiej, takie jak prawa autorskie czy anonimowość w internecie. A infoetyka jako dziedzina etyki dla dziennikarzy, zwłaszcza nowych mediów i ich odbiorców, jest nie tylko istotna, ale konieczna w obecnej sytuacji postępu technologicznego i regresu wartości moralnych.

5. INFOETYKA A PRAWO MORALNE

Dla przejrzystości przedstawianych myśli nie rozpoczynamy od porównywania infoetyki z etyką w ogóle. Wiemy już, że infoetyka, jak każda refleksja naukowa o dobru, wybiera sobie to dobro jako podstawowe jej kryterium i wyznacznik. Powiedzieliśmy już w tym kontekście o roli sumienia w stwierdzaniu, jakie postępowanie jest dobre. Także w rozpoznawaniu autentycznych, czyli związanych z dobrem, wartości. Mówiliśmy o mądrości warunkującej właściwe rozpoznanie tych wartości oraz o człowieku i jego godności, który ze względu na tę godność poszukuje odpowiednich dla swojego postępowania norm.

I tutaj wypada nam zatrzymać się i zwrócić uwagę właśnie na zagadnienie postępowania. Owo postępowanie pojawia się w dyskursie infoetycznym od samego początku, nawet jeśli wprost nie używamy tego pojęcia. Nie może się ono jednak nie pojawić w omawianiu postulatów etycznych, ponieważ postępowanie człowieka jest celem ich formułowania. Oczywiście punktem wyjścia, ponownie to podkreślimy, są właściwe kryteria postępowania. Punktem wyjścia dla infoetyki będzie w tym przypadku jako to właściwe kryterium po prostu dobro. Dlatego nad pojęciem tego dobra trzeba zastanowić się raz jeszcze i w sposób głębszy, a także umieścić je w określonych ramach – a będą dla nas nimi ramy prawa moralnego.

Rozpoczynając refleksję nad prawem moralnym, nie sposób nie rozpoczynać jej od jedyne go i prawdziwego początku. Dla chrześcijan jest nim prawo Boże, objawione najpierw w Starym, potem w Nowym Testamencie. W Księdze Powtórzonego Prawa czytamy:

²⁴ J. Jastrzębski, *Etyka dziennikarska i nowe media*, [w:] *Nowe media – nowe w mediach*, red. I. Borkowski, A. Woźny, Wrocław 2001, s. 45.

Abyś był przejęty czią dla Pana Boga twego, przestrzegając po wszystkie dni twego życia wszystkich jego ustaw i przykazań, które Ja dziś nakazuję tobie, twoim synom i wnukom, i abyś długo żył. Słuchaj ich, Izraelu, i starannie je wykonuj, aby ci się dobrze powodziło i abyście się rozmnożyli bardzo w ziemi opływającej w mleko i miód, jak ci przyrzekł Pan, Bóg twoich ojców (Pwt 6, 2–3).

Zatem dobro jest konsekwencją przestrzegania prawa Bożego i jest także jego przedmiotem. Bo nie inaczej określimy długie życie, powodzenie i ziemię opisaną w Księdze Powtórzonego Prawa. Ponadto dobro nie jest tutaj niczym innym, jak celem pewnego postępowania człowieka. Zresztą przypomnijmy: „tylko dobro może być przedmiotem formalnym dążenia ludzkiego”²⁵. Skoro tak, to sam Bóg wskazuje człowiekowi sposób postępowania – taki, aby człowiek mógł osiągnąć dobro. Tym sposobem jest przestrzeganie praw i ustaw podanych przez Boga. Te ustawy składają się na specyficzny rodzaj prawa, który będzie nas interesował właśnie w rozważaniach nad infoetyką. Te ustawy są bowiem określone w Księdze Powtórzonego Prawa (por. Pwt 6, 18) jako czynienie tego, co prawe i równocześnie dobre. Zatem przykazania, mamy tu na myśli zarówno przykazanie miłości Boga i bliźniego, jak i przykazania Dekalogu, tworzą prawo moralne.

W Nowym Testamencie jego treść nie traci aktualności, ale zyskuje nowe znaczenie. Chrystus mówi o sobie, że przyszedł wypełnić prawo (por. Mt 5, 17–20). Modyfikacja, która się tu pojawia, dotyczy celu wypełniania norm prawa Bożego. Celem tym, a więc celem ludzkiego postępowania, a równocześnie (zgodnie z tym, co mówiliśmy do tej pory) dobrem ma być dla człowieka osiągnięcie życia wiecznego. Nie zmienia się treść przykazania miłości, Jezus radykalizuje jednak niektóre przykazania Dekalogu. Oznacza to, że najważniejszym przykazaniem i sposobem postępowania jest dla człowieka właśnie miłość.

Gdybyśmy więc teraz zapytali, co robić, aby postępować etycznie czy infoetycznie, odpowiedź byłaby jedna: kochać Boga i bliźniego. Być może brzmi to niesamowicie, ale taka odpowiedź ma swoje najgłębsze podstawy w fundamencie historii Boga i Jego relacji z człowiekiem. Stąd żadna etyka – czy lekarska, czy dziennikarska, pozbawiona tych fundamentów, nie będzie spełniała, jako teoria lub uporządkowany zbiór zasad, swojej roli. Nie będziemy już teraz wnikać w metafizyczne ujęcia istoty dobra, najważniejszego kryterium infoetyki, a także filozoficzne podstawy pojęcia prawa Bożego²⁶. Możemy jednak zatrzymać się nad sposobami kochania, które możemy rozpoznać z treści przykazań Bożych.

6. INFOETYKA JAKO PRAWO MIŁOŚCI WE WSPÓŁCZESNEJ MEDIOSFERZE

Zaznaczmy od razu na początku, że to, co powiedzieliśmy do tej pory o infoetycznym postępowaniu, nie traci zasadności i aktualności. Z tego, co już wiemy, postępowanie jest infoetyczne, gdy jego celem jest dobro drugiej osoby w spotkaniu z nią, gdy jest zgodne z sumieniem, mądre i gdy opiera się o właściwy system wartości oraz związane z nimi

²⁵ T. Ślipko, *Zarys etyki ogólnej*, Kraków 2002, s. 88.

²⁶ Na ten temat piszę w pracy *Koncepcja Prawa Bożego w klasycznej filozofii chrześcijańskiej. Analiza podstaw biblijnych, uwag świętego Tomasza, Mieczysława Alberta Krąpca, Tadeusza Ślipki oraz Józefa Tischnera*.

normy. Wartości te wskazaliśmy za Benedyktem XVI. Czym z kolei będzie wskazywanie infoetycznego postępowania w kontekście chrześcijańskiej miłości Boga i bliźniego? Wydaje się, że dokładnie tym samym. Nie sposób mówić o miłości w oderwaniu od relacji międzysobowej, która uobecnia się w spotkaniu. Zawsze mamy tego, kto kocha, i tego, kto jest kochany. Zawsze też mamy miłość, zgodnie z Pismem Świętym, która weryfikuje się w działaniu. Zatem już wzajemne działanie powodowane miłością tworzy pewną relację, płaszczyznę spotkania osób. Z kolei sumienie będzie się odwoływało nie do czego innego, jak do treści prawa Bożego, którą można poznać rozumowo. We właściwym poznawaniu wymogów miłości i woli Boga w konkretnej sytuacji będzie niezbędna mądrość. W końcu wartości infoetyczne wskazane przez Benedykta XVI i wprowadzane w działanie pozwalają w ogólnym sensie zaistnieć miłości. Z drugiej strony jednak także z niej wynikają. Nikt przecież, kto kocha drugiego, nie będzie nim manipulował, nie będzie posługiwał się przemocą. Ale będzie pomagał drugiemu, służył mu, chronił bliźniego.

I właśnie konieczność ochrony życia drugiego przede wszystkim wskazują przykazania Dekalogu. Odpowiadają one w znacznej części na pytanie, jak kochać, a więc także na pytanie, jak postępować infoetycznie. Pierwszą zasadą jest kochanie rodziców przez dzieci. Odpowiada to przede wszystkim wartości infoetycznej podawanej przez Benedykta XVI, jaką jest rodzina. Przykazanie „nie zabijaj” będzie się tutaj odnosiło do poszanowania nie tylko godności człowieka, zachowania jego fundamentalnego dobra, co postuluje w naszym dyskursie infoetyka, ale przede wszystkim do zachowania jego życia jako największej wartości. Tu mamy wspomniane przez nas wcześniej niszczenie ludzkiej psychiki i odbieranie chęci do życia przez podawanie samych negatywnych informacji. Tu mamy także problemy zwłaszcza internetu, w którym propaguje się aborcję, antykoncepcję czy przemoc. W Dekalogu mamy także odwołanie się do relacji seksualnych, których sens jest w mediach często wypaczany. Benedykt XVI zauważa zalew pornografii i wulgarności w kontekście życia seksualnego człowieka. W przykazaniach Bożych odnajdujemy także zakaz mówienia nieprawdy o bliźnim, często naruszany, jak mówiliśmy, przez goniące za sensacją portale plotkarskie. Przykazanie „nie kradnij” możemy odnieść do nieuporządkowanej sytuacji związanej z koniecznością ochrony praw autorskich w internecie.

W końcu w każdym wyjątkowym spotkaniu ludzi mediosfery, przykłady takich spotkań też podawaliśmy, musi być obecna miłość. Dlaczego? Ponieważ tak nakazuje nam Bóg, który, jak wierzymy, wie, co jest dla nas dobre. Także w sferze mediów i formułowanej dla niej zasad infoetycznych.

BIBLIOGRAFIA

- Augustyn św., *O naturze dobra*, [w:] *Dialogi i pisma filozoficzne*, Warszawa 1954, s. 169–187.
 Baczyński A., *Człowiek w sieci mediów. Infoetyka zamiast „audience”*, „Studia Socialia Cracoviensia” 2010, nr 2, s. 49–60.
 Baudrillard J., *Le Xerox et l’infini*, „Traverses” 1988, nr 44/45.
 Benedykt XVI, *Szukanie prawdy, by się nią dzielić*. Orędzie na Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu, „L’Osservatore Romano” 2008, nr 3, s. 9.

- Ciżkowicz B., *Ciemne strony sieci*, [w:] *Media i społeczeństwo – nowe strategie komunikacyjne*, red. M. Sokołowski, Toruń 2008, s. 304–313.
- Czarnecki P., *Etyka mediów*, Warszawa 2008.
- Drożdż M., *Etyczne orientacje w mediasferze*, Tarnów 2006.
- Goban-Klas T., *Cywilizacja medialna. Geneza, ewolucja, eksplozja*, Warszawa 2005.
- Grabowski R. F., *Konflikt między prawem do intymności i życia prywatnego a prawem do informacji*, [w:] *Dziennikarski etos. Z wybranych zagadnień deontologii dziennikarskiej*, red. Z. Kobylińska, Olsztyn 1996, s. 186–209.
- Horton D., Wohl R., *Mass communication and para-social interaction: observations on intimacy at a distance*, „Psychiatry” 1956, nr 19, s. 215–229.
- Jastrzębski J., *Etyka dziennikarska i nowe media*, [w:] *Nowe media – nowe w mediach*, red. I. Borkowski, A. Woźny, Wrocław 2001, s. 34–45.
- Kant I., *Uzasadnienie metafizyki moralności*, Warszawa 1984.
- Levinson P., *Nowe nowe media*, Kraków 2010.
- Miczka T., *Multimedia – „multi” w mediach... Nowe szanse i zagrożenia kultury i komunikacji*, [w:] *Kultura, język, edukacja*, red. R. Mrózek, Katowice 1998, s. 38–51.
- O’Neill O., *Etyka Kantowska*, [w:] *Przewodnik po etyce*, przeł. W. Bober, red. P. Singer, Warszawa 1998, s. 214–225.
- Raś D., *Nowe media, nowe społeczności, nowa etyka?*, [w:] *Na skrzyżowaniu dróg*, red. J. Mastalski, B. Mielec, Kraków 2011, s.61–75.
- Ratzinger J., *Prawda, wartości, władza. Kiedy społeczeństwo można uznać za pluralistyczne*, Kraków 1996.
- Sareło Z., *Media w służbie osoby. Etyka społecznego komunikowania*, Toruń 2002.
- Sobczyk D., *Sposoby porozumiewania się w Internecie*, [w:] *Komunikacja społeczna w świecie wirtualnym*, red. M. Wawrzak-Chodaczek, Toruń 2008, s. 50–60.
- Struzik E., *Problem komunikacji w rzeczywistości wirtualnej...*, [w:] *Człowiek a światy wirtualne*, red. A. Kiepas, M. Sułkowska, M. Wołek, Katowice 2009, s. 92–107.
- Ślipko T., *Zarys etyki ogólnej*, Kraków 2002.
- Tischner J., *Myślenie według wartości*, Kraków 2000.