

Ks. DARIUSZ RAŚ
(Uniwersytet Papieski Jana Pawła II – Kraków)

REWOLUCJA ŻYCIA W POSZUKIWANIU WSPÓŁCZESNEGO JĘZYKA RUCHU *PRO LIFE*¹

Pro-life Revolution. In Search of a New Pro-life Language

1. Status questionis

Na przestrzeni ostatnich trzydziestu lat, w polskiej debacie publicznej wielokrotnie poruszane zostały kwestie dotyczące początków ludzkiego życia. Bardzo dobrze zapamiętane i udokumentowane zostały wielkie debaty wokół ustawy o ochronie życia nienarodzonych i *in vitro*. Niemniej, z oczywistych względów wątki te nie zostały zakończone i należy spodziewać się następnych tego typu wydarzeń. Właśnie w tym czasie rozgorzała w Polsce nowa dyskusja nt. całkowitego zakazu aborcji. Najbardziej poczytny dziennik-tabloid „Fakt”, krzyczy w 2016 roku na swojej okładce „Będzie układ Kaczyńskiego z Kościołem: Aborcja za maturę z religii”². Jak dyskutować z takim hasłem-maczugą?

Uzasadnioną wydaje się teza, że podmioty uczestniczące w wspomnianych debatach użyły wielu interesujących i skutecznych manewrów językowych oraz socjotechnicznych, które warto prześledzić.

¹ Tekst inspirowany wykładem autora o tytule „Cała prawda, półprawda, nieprawda. Pro life – język w debacie publicznej” wygłoszonym w marcu 2014 roku podczas spotkania obrońców życia zorganizowanego przez Młodzieżową Organizację im. Jerzego Ciesielskiego. Autor dziękuje inspirację i za pomoc redakcyjną dr Izabeli Murzyn z Politechniki Krakowskiej, obrońcy życia.

² „Fakt” nr 84, 11/04/2016, s. 1.

Postawa współczesnych grup zrzeszających aktywistów tzw. ruchu *pro choice*, którą charakteryzuje bardzo wyrazista, momentami wręcz agresywna polemika, paradoksalnie po głębszej analizie, może dostarczyć wiele cennych i skutecznych narzędzi w podejmowaniu kolejnych dyskusji ze strony obrońców życia.

Polskiemu ruchowi *pro life* potrzeba ciągle nowych argumentacji i nowych sposobów przekazu prawdy o życiu człowieka od poczęcia do naturalnej śmierci. Warto czerpać inspirację do dalszych działań z doświadczeń medialnych innych podmiotów. Tzw. *Case study* ma zastosowanie nie tylko w odniesieniu do doskonalenia np. modeli biznesowych. Jest również bardzo skutecznym narzędziem w doskonaleniu strategii medialnych i wizerunkowych.

W prezentowanej pracy, autor zebrał i omówił zaledwie kilka przyczynków do głębszej dyskusji. Należy zaznaczyć, że prezentowana praca nie wyczerpuje w żaden sposób problematyki używania języka w debacie publicznej nt. życia ludzkiego w odniesieniu do jego początku i końca.

2. Język mediów jako narzędzie komunikacji

Podejmując dyskusję dotyczącą sposobów i środków komunikacji we współczesnym świecie, należy odnieść się do genezy jak również początków tych zjawisk. Bardzo ważne jest również odniesienie do nurtów etycznych, które współcześnie porządkują i determinują aktywność komunikacyjną.

Papież Franciszek przypomniał w Orędziu na 48. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu, że komunikacja *jest ostatecznie zdobyczą bardziej ludzką niż technologiczną*³. Język komunikacji powinien według papieża prowadzić do komunii, pewnej wspólnoty celów osób wchodzących w dialog. Tak dzieje się w dążeniach tych społeczeństw demokratycznych, które ustalają wspólny kod etyczny odzwierciedlając go w prawie, poszukując cierpliwie konsensusu. Stwierdzenie to, mimo swej oczywistości, może wydać się

³ Franciszek, *Przekaz w służbie autentycznej kultury spotkania*, Orędzie na 48. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu, Watykan 2014.

nieaktualne, ponieważ najczęściej w etyce społecznej afirmowano antropocentryzm, czyli takie założenie, w której człowiek staje się celem i podmiotem wszystkich działań, a technokratyzowane grupy ludzkie mają stać się jakby docelowo trybami jednej wielkiej globalnej maszyny przewidującej, porządkującej i determinującej zachowania ludzkie⁴. Język komunikacji staje się wówczas jednym z narzędzi demokracji, łączności czy polityki międzynarodowej a nie paradygmatem wspólnoty. To smutna konstatacja, ale nie powinna odstraszać nas od prób komunikowania „komunijnego”.

W innej części swojego orędzie Papież Franciszek podkreśla:

Różnorodność wyrażanych opinii może być postrzegana jako bogactwo, ale możliwe jest także zamknięcie się w pewnej sferze informacji, które odpowiadają jedynie naszym oczekiwaniom i naszym ideom, albo określonym interesom politycznym i gospodarczym. Środowisko komunikacyjne może nam pomóc w rozwoju, lub przeciwnie prowadzić do dezorientacji. Pragnienie podłączenia digitalnego może w ostateczności prowadzić do odizolowania nas od naszych bliźnich, ludzi, którzy są najbliżej nas. Nie wspominając już o tym, że osobom, które z różnych powodów nie mają dostępu do mediów społecznościowych grozi wykluczenie⁵.

Nic dodać, nic ująć. Używając współczesnych komunikatorów potrzeba przecież pamiętać zarówno o wadze komunikatu jak o odbiorcy. Właśnie odwołanie się do różnych poziomów ludzkiego poznania: racjonalnego, emocjonalnego czy duchowego, może determinować strategię przekazu medialnego. W odniesieniu do dyskusji dotyczącej początków ludzkiego życia najbardziej istotne argumenty ruchów *pro life* powinny mieć genezę medyczną. Głos za życiem nie może wybrzmiewać li tylko z rynku filozofii przyjętej przez stronę.

⁴ Por. M. Ziętek, *Bioetyka a ekonomia. Tadeusza Ślipki koncepcja „władarstwa” człowieka nad przyrodą*, w: <http://www.dystrybucjonizm.pl/magdalena-zietek-bioetyka-a-ekonomia-tadeusza-slipki-koncepcja-wladarstwa-czlowieka-nad-przyroda/11/04/2016/>.

⁵ Franciszek, *Przekaz...*, jw.

Znamienny jest bowiem dyskurs przedstawicieli ruchów *pro choice*, w dyskusjach na temat aborcji, w kierunku racji ekonomiczno-społecznych i właśnie filozoficznych.

W medycznej argumentacji liczą się fakty, prawo medyczne, stan „nadliczbowych” poczętych embrionów ludzkich, procedury, selekcje, transfery, zamrażanie, odmrażanie, a dodając do nich język „godnościowy” wierzących dotrzemy do szerszego odbiorcy. Dlatego właśnie w języku debaty medialnej do tychże zróżnicowanych przecież obszarów wiedzy i wiary należy się odwoływać czyniąc przekaz prawdy o życiu interdyscyplinarnym i polifonicznym⁶.

3. Język mediów w debacie o *in vitro*

Analizując przekazy polskich podmiotów medialnych, tych, które nie są instytucjonalnie związane z wiarą wspólnoty Kościoła katolickiego można mieć wątpliwość o skuteczności edukatorów strony chrześcijańskiej. Najbardziej istotnym elementem wydaje się być wpływ świeckich tygodników opinii na inne laickie środki przekazu, również najpopularniejsze portale i telewizje. Agendy tychże tygodników stanowią o wadze dyskusji. Tam głos obrońcy życia nie brzmi zbyt doniośle. Również dwa dzienniki „Rzeczpospolita” i „Gazeta Wyborcza” są ważnymi ogniskami debat o życiu. W badaniach wykorzystałem co prawda tylko najbardziej wyraziste poglądy nt. ustawy o *in vitro*. Świeckie media opowiadały się w zdecydowanej większości głosów za wprowadzeniem prawnej dopuszczalności *in vitro*. Jednakże w świeckim wielogłosie prasy trzeba przyznać istnienie sporego zróżnicowania⁷.

Cała debata w mediach w dziennikach i tygodniach ma oczywiście charakter bardziej złożony. Sytuacja byłaby łatwiejsza, jak też dająca większą szansę na prawdziwą debatę, gdyby rzetelne i jasno sprecyzowane argumenty „za i przeciw” (etyczne, medyczne, ekonomiczne

⁶ Por. A. Zięba, *Aktualne zadania w obronie życia człowieka*, w: L. Tyszkiewicz (red.), *Status prawny i ochrona dziecka poczętego*, Bielsko-Biała 2014, s.29-30.

⁷ Por. D. Raś, *Infoetyka w praktyce. Przegląd argumentacji prasy wokół tematyki *in vitro**, w: *Studia Socialia Cracoviensia* 5 (2013) nr 2 (9), ss. 71-80.

i światopoglądowe) znalazły się zarówno w mediach o profilu lewicowo-liberalnym, mediach konserwatywnych, jak też w mediach *stricte* katolickich. Niestety takiego ułatwienia nie można się spodziewać. Maczugi medialne są wzniesione wysoko. Publicystyka propagandowa przeważa nad rzetelnymi dyskusjami.

Jaki to język przeważa w dyskusji polskiej prasy odnośnie początków życia w dyskusji medialnej? Używa się często języka *uproszczonego* i *nierzetelnego* w prezentowaniu argumentów. Poszukuje się ostrej argumentacji, a nie ukazuje się fakty, co ma służyć wywołaniu *emocji zwiększających sprzedaż tytułu i ilość kliknięć*. W wielu tytułach analizowanych obserwujemy również naganne z punktu widzenia godności człowieka stosowanie w narracji o *in vitro* *języka korzyści*⁸, podobnie jak niegdyś w debacie o propagowaniu środków antykoncepcyjnych. Taki język wydaje się absolutnie niedopuszczalny w podpowiadaniu rozwiązania zrozpaczonemu parom oczekującym na potomstwo wiele lat. Oczywiście jest bowiem stwierdzenie, że lepiej jest mieć dziecko po wieloletnim oczekiwaniu, niż go nie mieć. Niestety pomija się wówczas całą gamę argumentów. Język korzyści w sobie właściwy sposób wprowadza czytelnika do supermarketu usług i produktów. *Język wartości* odpowiedni do wartości życia osadza w kulturze moralnej sumienia opartego na pięknie, dobru, miłości, solidarności, godności, dla osób wierzących pochodzących od Boga, a dla nie podzielających tej wiary, te uniwersalne wartości wywodzących z innych źródeł⁹. Takie języka należy życzyć tak dziennikarzom, jak i obrońcom życia.

Oby się nie okazało, że rację ma Umberto Eco, który nakreślił pesymistyczny obraz rozwoju społeczeństwa w erze wszechobecnych mediów. Oby się nie spełniło jego przeświadczenie o tym, że nasz

⁸ Por. <http://www.fronda.pl/a/antykoncepcja-metoda-ktora-zmienila-zbiorowa-swiadomosc,27069.html>: Za pomocą odpowiedniego zestawienia argumentów, uwypukla się tylko zalety, w taki sposób by klient nie zwrócił uwagi na żadną z wad, w najlepszym razie by je zrekomensować. Osoby, która oferuje dany towar, nie interesuje zupełnie to, by rzetelnie przedstawić Ci dobre i złe strony, ale aby daną rzecz kupiono.

⁹ Por. *Preambuła Konstytucji RP*, 1997.

dialog o prawdach podstawowych takich jak początek ludzkiego życia w szkiele w społeczeństwie demokratycznym już nie jest możliwy z powodu *totalnej dezintegracji informacyjnej*. Ostatnia powieść Umberto Eco – „Temat na pierwszą stronę” – opisuje zmierzch mediów, które wraz z cyfryzacją i ekspansją internetu, a także tabloidyzacją, nie są już źródłem informacji czy miejscem publicznej debaty, tylko dodatkiem do reklam i elementem strategii właścicieli realizujących swe cele na marginesie działalności informacyjnej. Oto przedsiębiorca, który nie posiada wpływów, jakie chciałby mieć, wpada na pomysł założenia gazety „Jutro”. Nigdy się ona nie ukaże, ale może stanowić straszak na tych, z którymi biznesmen chce być za pan brat¹⁰. Taka sytuacja dezintegracji informacyjnej nie powinna być na rękę żadnemu obrońcy życia. Należy przewycięzać hermetyczność tytułów, przygotowywać się solidnie do przekazu w nowych warunkach, ale też informować odpowiednim językiem każdy z możliwych nurtów debaty społecznej o naszych przekonaniach nt. godności życia ludzkiego od początku do naturalnej śmierci. Nie wolno się zrażać i ustawać.

4. Kultura języka

Warunkiem dobrego argumentowania w przestrzeni publicznej jest używanie poprawnej polszczyzny. „Język polski należy do najcenniejszych dóbr kultury narodowej i to dóbr niezniszczalnych, duchowych. Godny jest więc poszanowania, wyjątkowej opieki i ochrony ze względu na swoją rolę społeczną i historyczną. (...) Poprawnego używania języka polskiego powinniśmy się nauczyć wszyscy. A właściwie – uczyć się – bo tak do końca nikt z nas tego nie potrafi”¹¹. Jeśli poprawnie będziemy używać w debacie naszego ojczystego języka i studiować znaczenia obcych słów w języku polskim – np. pro life, in vitro, pro choice – zdobędziemy słuchaczy już na początku. Język zdawkowy czy skrótowy nie zawsze przemówi w wywiadzie, a nigdy

¹⁰ J. Cieślak, *Co łączyło Umberto Eco z Polską?*, w: Rzeczpospolita, <http://www.rp.pl/Literatura/302219941-Co-laczylo-Umberto-Eco-z-Polska.html#ap-3>, 21/02/2016.

¹¹ A. Zwoliński, *Słowo w relacjach społecznych*, Warszawa 2003, s. 56.

w czasie wypowiedzi pisemnej czy liście do redakcji. Języka prostackiego należy się wystrzegać.

Język wypowiedzi powinien odpowiadać audytorium, czytelników, być dostosowany do wieku, odwoływać się do znajomości problematyki życia słuchacza, kontekstu debaty, a co najważniejsze wypowiedzi ex cathedra nie powinny być wygłaszane ad hoc, choć jednak tak powinny brzmieć. Nawet prezydenci przygotowują uprzednio wygłaszane do ludzi przemówienia, nierzadko długo uczą się argumentacji, mowy ciała i kiedy podnoszą czy zawieszają głos nie czynią tego bez powodu. Zaniedbanie przygotowania retorycznego stawia obrońcę życia nierzadko w złym świetle. Zwłaszcza kiedy przeciwnikiem w debacie staje się obyty w mediach przedstawiciel swojego środowiska uniwersyteckiego, który na dodatek sprawnie posługuje się trikami oratorskimi.

Przestrzegać należy przed używaniem języka wulgarnych porównań czy słów w których nie panujemy nad emocjami. Wytykanie półprawd adwersarzowi w sposób brutalny, butny i nie znoszący sprzeciwu wpłynie negatywnie na odbiór nawet najszlachetniejszego przesłania.

Debata publiczna wymaga uprzedniego przestudiowania argumentacji. W przeciwnym razie sama intuicja i wiara w swoje przekonania mogą dawać niebezpieczne poczucie posiadania prawdy, której jednak nie umiemy dostatecznie mocno bronić.

5. Casus

Obrońca życia winien przygotować się na wyróżnienie w swojej wypowiedzi konkretów, jasnych dyspozycji, umiejętnie stosować statystyki i liczby. Znać przypadki w których dziecko pomimo ubóstwa rodziny, choroby matki, jej młodego wieku czy pochodzenia z czynu zabronionego urodziło się zdrowe. Dobrze jest podać do publicznej wiadomości jakiś casus, oczywiście z zachowaniem dyskrecji, który jednakże sprawi, że rozmowa czy wypowiedź zyska na autentyczności. Dobrze jest wymienić imię dziecka, matki czy ojca. Pokazać miejscowość z której pochodzą.

Pamiętam pewną wypowiedź lokalnego polityka, który zauważył kiedyś potrzebę zmiany prawa mieszkaniowego po wizycie w jednym gminnym mieszkaniu lokatorskim rodziny z licznym potomstwem. Przed głosowaniem uchwały podczas argumentowania nad uchwałą posłużył się jednym tylko obrazem ze wspomnianej wizji lokalnej. Powiedział mi więcej tak: nasze przepisy powinny być zmienione, na małym metrażu rodzina posiadająca 5-ro dzieci dwoje z nich musi kłaść do snu do szuflad w meblach wysuwanych na czas nocnego spoczynku, a nie może dostać większego lokalu od gminy z powodu wysokiego standardu ogrzewania w tym budynku. Oczywiście jego wniosek przeszedł bez większych kłopotów. Regulamin lokatorski zmieniono dla dobra ogółu, a rodzina dostała w końcu większe mieszkanie. Casus zadziałał, przekonał radę i sprawił zmianę.

Pamiętajmy o tym, że adwersarze obrońców życia również przywołują casusy. Nierzadko więc argumentacja wygląda na remisową: casus contra casus. Wówczas o przekonaniu opinii publicznej decydują inne niuanse. Np. wypowiedzi autorytetów. Głośną, ale skrzętnie skrywaną przez *mainstreamowe media* była wypowiedź głównego pediatry Federacji Rosyjskiej i wiceprzewodniczącego Rosyjskiej Akademii Nauk Medycznych Aleksandra Baranowa. Opowiedział się przeciwko dofinansowywaniu przez państwo zapłodnienia in vitro, jako metody leczenia niepłodności w Rosji. Powołując się na statystyki światowe podkreślił, że przy stosowaniu metody in vitro wzrasta ryzyko urodzin dzieci z wadami. Występując w Dumie Państwowej apelował, że najlepiej wydane na in vitro pieniądze od razu powiększyć o te na inwalidów urodzonych dzięki tej metodzie¹². Nawet kwestionowanie argumentacji eksperta nie zaciemni obrazu i pozostawi ważną wątpliwość: co wówczas kiedy ten Rosjanin ma rację. Casus ma bowiem wielką siłę perswazji w komunikacji. Jest swoistym wyjściem z impasu komunikacyjnego i prezentacją stanowiska *zrozumiałego dla ogółu*. Nie zapominajmy o tym.

¹² Por. <http://www.rynekzdrowia.pl/Uslugi-medyczne/Rosja-glowny-pediatra-przeciwko-in-vitro,11270,8.html>, 12/12/2015.

6. Bohater ruchu

Można mieć wrażenie, że obrońcy życia za mało uwagi w swoich wystąpieniach poświęcają niewątpliwemu osiągnięciu cywilizacyjnemu, któremu na imię „okno życia”. Nie znamy dalszego ciągu życia dwudziestu dzieci z krakowskiego okna życia istniejącego od 2006 roku. Nie wiemy czy mają się dobrze. Czy warto w ten sposób oddawać dzieci? Jaki jest los Jasia? Jaki Małgosi? Sprawni PR-owcy już dawno wynaleźliby sposób na wykorzystanie historii jednego z dzieci i pokazania szczęścia, które staje się udziałem rodziny adopcyjnej. Pierwsze dziecko w oknie życia ma pewnie już kilka lat. Usłyszelibyśmy chętnie o jednym takim bohaterze ruchu pro life, swoiste żywej reklamie, protagoniście, wyzwolonym z pułapki niemożności matki, nierzadko myśli aborcyjnych. Chcielibyśmy usłyszeć wypowiedzi par oczekujących latami na potomstwo, które otrzymują dziecko z okna. Może to nie takie łatwe, ale należy dawać publiczności bohaterów. Przykłady pociągają. Należy się nimi chwalić. Chcielibyśmy znać tę problematykę w kontekście hasła „Adopcja – nie aborcja”. W kontaktach z prasą i telewizją nie będzie łatwo znaleźć czegoś równie pociągającego jak obraz żywego człowieka uratowanego z aborcji, żyjącego w zwykłej rodzinie, spędzającego czas w szkole w sąsiedztwie. Taki bohater ruchu – żywy świadek życia – to dla komunikacji prawdy o życiu ludzkim rzecz bezcenna.

Nie można w tym miejscu zapomnieć o trwającym do dzisiaj oddziaływaniu papieża Jana Pawła II. Jego postać, jego nauczanie doktryny o życiu stają się dla nas wyjątkową okazją do pokazania prawdy o nienaruszalności życia ludzkiego w kontekście demograficznym i depenalizacji kary śmierci. Ruchy pro life mają w nim swojego opiekuna duchowego i patrona. Jego nauczanie wynika z głębi wiedzy medycznej wielu ośrodków i jest powtarzane przez kolejnych papieży. Potrzeba tylko nieco kompetencji w przybliżaniu jego myśli w sposób jasny i komunikatywny, nie wykluczający uczenia się i otwartości na nowe argumentacje.

W 2016 roku w sukurs obrońcom życia przychodzi papież Franciszek. Jego popularność medialna już nikogo nie powinna dziwić. Dlaczego nie używać któregoś z nowych sformułowań jego przesłania

do świata z adhortacji „Amoris Laetitia”? Wówczas nawet fragmentaryczny cytat numeru 83 przynosi nowe otwarcie słuchacza:

Wartość życia ludzkiego jest tak wielka, tak niezbywalne jest prawo do życia niewinnego dziecka rozwijającego się w łonie swojej matki, że w żaden sposób nie można przedstawiać możliwości podejmowania decyzji w odniesieniu do tego życia, jakby chodziło o prawo do własnego ciała. Życie to jest celem samym w sobie i żadną miarą nie może być przedmiotem dominacji ze strony innej istoty ludzkiej¹³.

Inni bohaterzy życia, profesorowie naprotechnologii, „neofici” ruchu, lekarze przechodzący ze strony pro choice w kierunku pro life są naturalnymi kandydatami do prezentowania ich drogi do zrozumienia gdzie leży przewrotność tezy o panowaniu człowieka nad życiem najmniejszych istnień ludzkich, powstałych np. na drodze procedury in vitro. Znamienny jest tutaj przykład profesora Thomasa W. Hilgers’a. Stwierdził on niedawno jasno, że w historii medycyny popełniono wiele błędów, z których się później wycofywano. Wg niego in vitro jest właśnie takim błędem, który zbankrutuje. Nie ma wątpliwości, że ten błąd zostanie porzucony, a jego wyznawcy wymrą¹⁴. Niedawno doktor Jacek Szulc, na okładce najbardziej poczytnego tygodnika „Gość Niedzielny” przyznał się do porzucenia definitywnego procedury in vitro. Siedem lat pracował w programie in vitro z powodów głównie ekonomicznych. Stwierdził, że ludzie bardzo ufają lekarzom w procedurach ginekologicznych, a to jest w pewien sposób... naiwne. Jeśli w ciągu sekundy zanurza się ludzki zarodek w minus 196 stopniach, to czy to może być dobre dla tej istoty¹⁵? Ciekawy wywiad, ciekawa osoba może stać się osnową narracji obrońców życia.

¹³ Franciszek, *Amoris Laetitia*, Watykan 2016, n. 83.

¹⁴ Por. E. Marchlewska (tłum.), *Nadchodzi rewolucja życia. Z prof. Thomasem W. Hilgersem rozmawia Tomasz T. Terlikowski*, w: *Frona* nr 65 (2012), s. 109-112.

¹⁵ *Bóg wyciągnął mnie z in vitro*, w: *Gość Niedzielny*, 13 III 2016, ss. 26-29.

7. Reklama społeczna

Chwaląc niezwykle wielką dynamikę i niewątpliwe osiągnięcia polskich ruchu obrońców życia należy jednak podkreślić pewne braki. Otóż wydaje się, że brakuje środków na reklamę społeczną w Internecie i telewizji. Tematyka pro life warta jest przygotowanej kampanii reklamowej zwłaszcza kiedy wychodzi się propozycjami zmiany prawa polskiego. Kampanie informacyjne w coraz wracających do świetności mediach wyznaniowych nie wystarczą.

Kto jednak zapłaci za taką kampanię reklamową? Kto zajmie się jej przygotowaniem? Kto wyłoży środki na emisję? Te pytania nie powinny pozbawiać żywotności i nadziei ludziom pracującym dla życia. Krótki 20 sekundowy spot reklamowy spełniający wymagania radia, telewizji czy Internetu można zrealizować za tanie pieniądze i oczekiwać na odpowiedni moment. Wtedy uzyskując rabat w domu medialnym dać możliwość zapoznania się z argumentami obrony życia. Caritas Polska jest przykładem takiego działania i przedsięwziętynie budzi ludzkie odruchy dzielenia się. Dlaczego miałyby się to nie udać obrońcom życia? Oczywiście wymaga to koordynacji ogólnopolskiej, koncentracji środków i zgody co do celów akcji. Można zastanawiać się czy składka na fundusz S.O.S. na domy samotnej matki nie byłaby celem społecznej akcji reklamowej.

Co ciekawe kampanie na rzecz życia od poczęcia można za darmo wdrażać w różnych społecznych wydawnictwach położniczych, ginekologicznych. Niech przykładem stanie się familyservice.pl i poradnik dla przyszłych rodziców „Happy baby” Polskiego Towarzystwa Ginekologicznego FIGO. W tych wydawnictwach prof. Longin Marianowski propaguje w wielotysięcznym nakładzie, przy zwielokrotnionej jeszcze klikalności życie ludzkie trwające od poczęcia do narodzin! W pierwszym tygodniu życia dziecko – „komórka zawierająca pełną informację genetyczną” odbywa wędrówkę po jajowodzie¹⁶. Środki społeczne mogą propagować prawdy kluczowe dla środowisk pro life.

¹⁶ L. Marianowski (red.), *Happy Baby – poradnik dla przyszłych rodziców*, Warszawa 2015, s. 10.

8. Nowe media, nowe społeczności

Rainer Patzlaff w swojej książce napisał: „Rodzice mają dzisiaj mniej czasu dla dzieci. W ciągu dnia zostaje matce przeciętnie dwanaście minut na prawdziwą rozmowę z dzieckiem”¹⁷. Wejście telewizji i nowych mediów sprawia problemy w edukacji, również w kontekście prawdziwego rozróżnienia tego co dobre i co złe. Pojawiają się zagrożenia ekosystemu człowieka. Młode pokolenie często analizuje świat poprzez szklany ekran monitora, smartfona, tabletu. Tego czego w nim nie ma nie jest prawdziwe. A eksperci alarmują. Jeśli nie nastąpi radykalna zmiana świadomości ludzi w zakresie wybieranych wartości, kształtowania postaw i podejmowanych działań, to na świecie nastąpi powszechny stan zagrożenia życia. Dotykamy tutaj problemu nowych form komunikacji.

Jak przekonać użytkownika nowych mediów, korzystającego w sposób intuicyjny od małości z dobrodziejstw cywilizacji technicznej, że jego życie i życie nienarodzonych czy starszych jest tak samo bezcenne? Cyfrowy użytkownik zamyka się nierzadko w świecie kliknięć. Co zrobić, aby internaucie uświadomić ważność kwestii życia człowieka. Nie ma tutaj jednorodnych i łatwych rozwiązań. Uwypatnia się brak widgetów o tematyce pro life, brak nagłośnionych blogów, internetowych forów o tej tematyce. Na uwagę zasługuje strona Polskiego Stowarzyszenia Obrońców Życia Człowieka pro-life.pl, ciekawa inicjatywa medialna Fundacji Jeden z Nas jedenznas.pl, czy strona Funduszu Dar Życia prof. Włodzimierza Fijałkowskiego prolife.org.pl. Jednak obrońcy życia nie posiadają wystarczających narzędzi w świecie, który teraz stanowi główną platformę komunikacji społecznej. Nie są to bynajmniej ostrej słowa krytyki, tylko obserwacja.

Watykańskie służby prasowe zauważyły ten problem przed laty. Dziś papież Franciszek posiada profil na Facebooku w wielu językach świata, w samym języku polskim posiada ponad 100 tysięcy znajomych. Papież Franciszka również plasuje się na drugim miejscu Tweetera. Obserwuje jego wypowiedzi ponad 7 milionów ludzi. Wniosek dla polskiego ruchu

¹⁷ R. Patzlaff, *Zastygłe spojrzenie. Fizjologiczne skutki patrzenia na ekran a rozwój dziecka*, Kraków 2008, s. 102.

pro life jest czytelny. W świecie dynamicznie zmieniających się przyzwyczajęń komunikacyjnych i tworzenia swoistych społeczności i grup zainteresowań potrzeba nowych sposobów przekazywania prawdy o życiu człowieka. Jeden z włoskich proboszczów na spowiedzi uzyskał niedawno takie pouczenie: nie szukaj swoich parafian w kościelnym zaciszu, tam ich już nie ma, nie denerwuj się na to, wychodź do nich – oni są w Internecie, tam się komunikują. “Nawrócony” na Internet przestał uzalać się na brak okazji duszpasterskich. Analogiczna praca czeka dziś ruch polskich obrońców życia. Zwłaszcza tych młodszych. Możecie zwoływać się i informować właśnie wykorzystując nowe media. W realnym świecie odnajdujemy wówczas podobnie myślących. I będzie łatwiej otworzyć nowe pokolenie na prawdę o życiu. To pokolenie żyje nowymi mediami.

W tym kontekście zdumiewającą nauką jest dla obrońcy życia spojrzenie na niektóre wideo blogi. Weronika Zeguła wywołała reakcję dziesiątków tysięcy internautów wytykając przeciwnikom obrony życia 4 medialne kłamstwa w ciągu kwietniowej debaty nt. ewentualnej noweli polskiej ustawy. To naprawdę dobry, 6-cio minutowy instruktarz języka nowych społeczności. Tak to się robi w sieci. Zapraszam na youtube’a¹⁸.

9. Środowisko „mieć”, środowisko „korka informacyjnego”

Wielkie wezwanie dla obrońców życia, tak ze strony chrześcijańskich formacji pro life, jak i tych indywidualnych inicjatyw przedstawia umiejętność używania dla misji Kościoła – wspólnoty – nowych narzędzi komunikacji. Jednak najważniejszym wezwaniem wydaje się umiejętność przekazywania racji w sposób pełny, mądry, przekonywujący. Argumentacje racji medycznych, etycznych, szacunek do ludzkich odniesień w triadzie mama-tata-embrion stosować należy oczywiście w dialogu i stałej wrażliwości na społeczne okoliczności. Monolog lekarza, wykład etyka ex cathedra czy kazanie księdza ex ambona wydawać się mogą metodami nie najbardziej odpowiednimi do delikatności przedmiotu zagadnienia i nierzadkich dramatycznych wyborów małżonków. Nie chodzi o wykluczanie kogokolwiek z dialogu. Stosowanie „brzytwy”

¹⁸ https://www.youtube.com/watch?v=_EwycHZBSrw,12/04/2016.

komunikacyjnej dla inaczej myślących, stawianie swojej argumentacji ponad wszystko, przedstawienie etycznych racji bez wrażliwości są strategiami komunikacyjnymi nie do polecenia. Potrzebne jest raczej cierpliwe ukazywanie racji w odniesieniu do konkretnych sytuacji. Cierpliwość to pierwsze słowo w komunikacji wśród ludzi zmęczonych oczekiwaniem na potomstwo.

Nie napawa również optymizmem sytuacja demograficzna społeczeństw tzw. starych demokracji, do którego należy również przez wejście do UE nasza Polska. Przynajmniej z dwojga powodów środowisko w którym należy komunikować staje się mało wrażliwe na głos etyczny w dziedzinie rozrodczości in vitro. Po pierwsze współcześni nam, zwłaszcza młodzi zdają się być najbardziej wrażliwi na sferę mieć. Rozwój sektora finansowego staje się tak dynamiczny że wręcz dominujący. Nowoczesne technologie informacyjne wykorzystywane są wprost do ogólnoswiatowych operacji finansowych. Według wielu obserwatorów następuje na naszych oczach trzecia rewolucja przemysłowa, gospodarka opiera się na wiedzy, cywilizacji informacyjnej, a 30% decyzji finansowych dokonuje się automatycznie, przez komputer. Na szczeblach rządowych i centralnych różnych organizacji decyzje podejmowane są zbyt w czasochłonnym trybie. Nie dietność więc, ale zysk i posiadanie są czynnikami podstawowymi w cywilizacji zachodu. To przyspieszenie powoduje podporządkowanie rodziny pracy i zarabianiu. Dziecko staje się synonimem bogactwa¹⁹.

Po drugie swego rodzaju niewrażliwość na etyczne argumenty buduje pewien analfabetyzm komunikacyjny. Zapewne wszyscy doświadczyliśmy takiego muru semantycznego niezrozumienia. Ten ostatni dotyka statystycznego odbiorcę nie umiejącego często precyzyjnie odróżnić kreacji propagandowej, reklamowej, rozrywkowej, fabularnej, cyfrowej od rzeczywistości natury, życia dla rodziny, ducha, kultury. Powszechnie nagłośniona informacja traktowana jest jako „czysta” i „jedyna” prawda.

¹⁹ Por. E. Mączyńska, *Sytuacja demograficzna jako element globalnie naruszonej równowagi*, w: Zb. Strzelecki, A. Petrykowska (red.), *Polska w Europie – Przyszłość demograficzna*, t. I, Warszawa 2012, s. 92-93.

Zarazem wraz z rozwojem technologii informacyjnych coraz silniej daje o sobie znać dychotomia wiedzy i mądrości. We współczesnym świecie zasoby informacji rosną niebywale szybko, co tworzy problemy z ich racjonalnym wykorzystywaniem i przetwarzaniem. W języku niemieckim bardzo trafnie metaforycznie odzwierciedla to zjawisko określenie „Informationsstau”, czyli „korek informacyjny”. Poruszanie się w takim korku sprawia, że siły kreatywne, potencjał kreatywności, tracone są na rzecz konieczności wykonywania prostych, technicznych prac, niezbędnych do przebrnięcia przez ogrom informacji i ich selekcji. I właśnie dlatego, mimo ogromu informacji, nie przekłada się w pełni na wiedzę. Wiedza zaś nie przekłada się dostatecznie satysfakcjonująco na mądrość²⁰.

Zasoby informacji przeważają nad zasobami wiedzy, a zasoby wiedzy są znacznie mniejsze od zasobów mądrości. Tę drugą charakterystykę środowiska utrudniającą komunikowanie prawdy o życiu ludzkim i jego godności może zostać streszczona używając znaków matematycznych w następujący sposób: INFORMACJA > WIEDZA > MĄDROŚĆ²¹. Trudno odróżnić w potoku sygnałów te sprawdzone, uniwersalne, poważne i mądre. Przychodzi więc żyć w środowisku niespotykanego wcześniej przyspieszenia obiegu niesprawdzonych informacji i wszędobylskiego zabiegania o to, aby coraz więcej mieć, a wcale nie więcej być. Nie takiej sytuacji nauczył wielki obrońca życia Jan Paweł II. Jego klasyczny już prymat „być” nad „mieć”, staje się kluczowy w dobie powszechnego w sytej cywilizacji zachodu, gdzie decyzja na pierwsze dziecko jest zazwyczaj spóźniona, gdzie wskazuje się na techniki wspomaganego rodzicielstwa jako na zaspokojenie popytu na posiadanie dzieci.

Errone humanum est. Człowiek jest istotą omylną. Często potrzebuje więcej czasu do zrozumienia pozycji godnościowej chrześcijańskiej bioetyki. Niektórym nie wystarcza prosta norma: to jest złe, to jest dobre. Papież Franciszek zachęca chrześcijan do cierpliwości w sieciowym komunikowaniu. Stwierdza, że możliwa jest kultura spotkania. Ona wymaga,

²⁰ Jw., s. 93.

²¹ Por. jw., s. 93-95.

abyśmy byli skłonni nie tylko dawać, ale także otrzymywać od innych. Media mogą nam w tym pomóc, zwłaszcza dzisiaj, kiedy sieci ludzkiej komunikacji osiągnęły bezprecedensowy rozwój. Zwłaszcza internet może zaferować większe możliwości spotkania i solidarności między wszystkimi, a jest to rzecz dobra, jest to Boży dar²².

Kultura spotkania, kultura solidarności z parami przeżywającymi kłopot, przysłuży się najbardziej głoszeniu godności ludzkiego życia i jej prymatowi przed samą techniką prokreacyjną. Proszę o taką komunikację wolontariuszy, decydentów ruchu pro life oraz ich działy komunikacji.

Streszczenie:

Uzasadnioną wydaje się teza, że podmioty uczestniczące w debatach o in vitro i aborcji używają wielu interesujących i skutecznych manewrów językowych, metod socjotechnicznych, które warto przeanalizować. Postawa współczesnych grup zrzeszających aktywistów tzw. ruchu *pro choice*, którą charakteryzuje bardzo wyrazista, momentami wręcz agresywna polemika, paradoksalnie po głębszej analizie, może dostarczyć wiele cennych i skutecznych narzędzi w podejmowaniu kolejnych dyskusji ze strony obrońców życia. Ważne jest, aby przy tym odkryć liderów opinii ruchu *pro life*, posługiwać się językiem komunikującym, bliskim medycynie, unikając „korków komunikacyjnych” i „okładania się maczugami” z inaczej myślącymi.

Summary:

There seems to be much truth in the thesis that the participants of the IVF and abortion debate make use of many interesting and successful linguistic maneuvers and social techniques which are worthy of further investigation. The attitude of pro-choice activists and groups, which is characterized by a very clear and oftentimes aggressive polemic, can on further analysis paradoxically, provide pro-life advocates with many valuable and successful tools for further discussion. It is crucial that pro-life leaders use communicative

²² Franciszek, *Komunikacja, jej narzędzia – to dar, ale i odpowiedzialność*, Orędzie Papieża Franciszka na XLVX Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu: „Komunikacja i Miłosierdzie – owocne spotkanie”, Watykan 2016 r.

and medically-based language, thus avoiding ‘communication jams’ and ‘verbal violence’ with those who think differently.

Słowa kluczowe: Komunikacja, media, pro life, pro choice, in vitro, język, zmiana, Franciszek

Key words: communication, media, pro-life, pro-choice, in vitro, language, change, pope Francis

Biogram:

Ks. dr Dariusz Raś, ur. 1969 r., wykładowca historii mediów (Wydział Nauk Społecznych UPJP2 w Krakowie – Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej), archiprezbiter Bazyliki Mariackiej w Krakowie, w latach 2005-11 sekretarz kardynała Stanisława Dziwisza, absolwent m.in. Papieskiego Uniwersytetu św. Krzyża w Rzymie.

Bibliografia:

Aborcja za maturę z religii. Będzie szczyt Kaczyński – biskupi, w: „Fakt” nr 84, 11/04/2016.

Bóg wyciągnął mnie z in vitro, w: Gość Niedzielny, 13 III 2016, ss. 26-29.

Cieślak J., *Co łączyło Umberto Eco z Polską?*, w: Rzeczpospolita, <http://www.rp.pl/Literatura/302219941-Co-laczylo-Umberto-Eco-z-Polska.html#ap-3>, 21/02/2016.

Franciszek, *Amoris Laetitia*, Watykan 2016.

Franciszek, *Komunikacja, jej narzędzia – to dar, ale i odpowiedzialność*, Orędzie Papieża Franciszka na XLV Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu: „Komunikacja i Miłosierdzie – owocne spotkanie”, Watykan 2016.

Franciszek, *Przekaz w służbie autentycznej kultury spotkania*, Orędzie na 48. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu, Watykan 2014.

Marianowski L. (red.), *Happy Baby – poradnik dla przyszłych rodziców*, Warszawa 2015.

Mączyńska E., *Sytuacja demograficzna jako element globalnie naruszonej równowagi*, w: Zb. Strzelecki, A. Petrykowska (red.), *Polska w Europie – Przyszłość demograficzna*, t. I, Rządowa Rada Ludnościowa – Warszawa 2012.