

Teologia mediów i komunikacji – na styku nauk o mediach oraz nauk teologicznych

Andrzej Adamski, Grzegorz Łęcicki

Artykuł należy postrzegać jako kontynuację metodologicznych rozważań podjętych w ramach cyklu „Tożsamość nauk o mediach” w publikacji pt. *Teologia i nauki o mediach: interdyscyplinarność jako płaszczyzna wspólnej refleksji naukowej o środkach społecznego przekazu* [„SM” 1(64)].

Celem niniejszego tekstu jest znalezienie odpowiedzi na następujące pytania: Czy teologia i nauki o mediach mają pewne wspólne płaszczyzny i obszary zainteresowania? Czy można mówić o powstaniu nowej subdyscypliny nauk teologicznych, będącej zarazem subdyscypliną nauk o mediach, czyli o teologii środków społecznego przekazu? Jaka jest relacja teologii środków społecznego przekazu do teologii komunikacji oraz nauk o komunikowaniu?

Autorzy poddadzą analizie dostępne akty prawne, dokumenty urzędowe, dokumenty Kościoła oraz opracowania poświęcone metodologii nauk o mediach i nauk teologicznych. Odwołają się także do wyników własnych, wcześniejszych badań w tym zakresie i przedstawią je w formie syntezy. Autorzy zaproponują rów-

nież nowe ujęcie przedmiotu materialnego teologii mediów, jak również poszerzenie jej paradygmatu badawczego o zagadnienia związane z komunikacją jako procesem.

Na podstawie wcześniejszych badań autorów przyjęto hipotezę, że teologia środków społecznego przekazu jest samodzielną subdyscypliną teologiczną mającą interdyscyplinarny charakter i usytuowaną na styku nauk o mediach i nauk teologicznych. Można zatem traktować ją również jako subdyscyplinę nauk o mediach.

W artykule autorzy używają zamiennie wyrażań „teologia środków społecznego przekazu” i „teologia mediów”, traktując je jako równoważne¹. Formułują także postulat połączenia teologii mediów i teologii komunikacji w jedną spójną subdyscyplinę naukową – teologię mediów i komunikacji.

Dotychczasowe koncepcje teologii mediów

Gdzie należy szukać początków teologii środków społecznego przekazu jako osobnej sub-

¹ Czasem można spotkać wypowiedzi traktujące teologię środków społecznego przekazu oraz teologię mediów jako dwie różne subdyscypliny, nie jest to jednak rozumienie powszechne. Por. *Czym jest teologia mediów?* – sonda naukowa, wypowiedź prof. Walerego Pisarka, „Kultura–Media–Teologia” 2015, nr 20, <http://kmt.uksw.edu.pl/sonda-teologia-mediow-artykul> [dostęp: 04.11.2015], s. 33–34. Więcej na temat relacji i odniesień między

dyscypliny nauk teologicznych? Wydaje się, że już podczas obrad Soboru Watykańskiego II dekret *Inter mirifica* stał się ważnym głosem Kościoła wobec rosnącej roli mediów w świecie. Głosem, który jasno dawał do zrozumienia, że czasy, gdy Kościół patrzył na media z nieufnością i rezerwą należą już do przeszłości². Jednak niektórzy biskupi francuscy krytykowali ów dekret, dopatrując się w nim braku treści teologicznych. Krytyka szybko zyskała popularność w Europie Zachodniej, później przeniosła się do USA i Kanady. Odniosła jednak pozytywne skutki, stworzyła bowiem płaszczyznę dyskusji i formułowania poglądów. Jej efekty znalazły odzwierciedlenie w instrukcji duszpasterskiej *Communio et progressio* (1971), zawierającej liczne wątki teologiczne odnoszące się do teologii komunikacji i mediów³. Jak powszechnie się uważa, instrukcja *Communio et progressio* jest bardziej teologiczna i pozytywna w swej wymowie niż dekret soborowy. Uwzględnia bowiem wspomnianą krytykę tegoż dekretu i nie ogranicza się jedynie do duszpasterskiego i etycznego dowartościowania mediów, ale daje teologiczne podstawy fenomenu komunikacji (wychodząc poza ograniczanie jej tylko do zjawiska społeczno-kulturowego)⁴. Zdaniem Katarzyny Pokornej-Ignatowicz w zasadzie dopiero cały dorobek

myśli soborowej, połączony z *Communio et progressio*, daje podstawę do stwierdzenia, że tematyka środków przekazu została w pełni włączona do badań teologicznych⁵.

Do bardziej znanych teologów zajmujących się zagadnieniem przekazu społecznego należą m.in. Amédée Aylfre, Louis Delluc, Julia Epstein, André Malraux, Raimon Panikkar, Roberto Esposito, Silvio Sassi, John Witherspoon Mole, Jesús Iribarren⁶. Na pewno należy tu również przywołać nazwiska Waltera Jacksona Onga czy Paula A. Soukupa. Zafascynowany odniesieniami nauczania Kościoła do mediów był także Marshall McLuhan, zaś świadectwo tej fascynacji zachowało się w jego korespondencji m.in. z Walterem Jacksonem Ongiem, Johnem Witherspoonem Mole'em, Johnem Culkinem czy Pierre'm Babinem⁷.

Jednym ze zwolenników wyodrębnienia się teologii środków społecznego przekazu jako specyficznego pola teologicznych rozważań był włoski jezuita Enrico Baragli. Już w czasie trwania obrad Soboru Watykańskiego II dawał on wyraz swej fascynacji podejściem Kościoła do mediów zaprezentowanym w dekrete *Inter mirifica*. Wiele z jego publikacji, również późniejszych, jest wyrazem intensywnych badań obszaru leżącego na styku teologii i naukowej refleksji nad środkami przekazu⁸. W 1970 roku

spotykany w terminologii teologicznej wyrażeniami „narzędzia komunikowania społecznego”, „środki komunikowania społecznego” oraz „mass media” zob. L. Mazzei, *Chiesa e comunicazione. I mass media della Santa Sede*, Roma 1997, s. 13–24.

² Szczegółową panoramę zmian stosunku Kościoła do mediów oraz rozwój refleksji Kościoła nad środkami przekazu zob. K. Pokorna-Ignatowicz, *Kościół w świecie mediów. Historia–dokumenty–dylematy*, Kraków 2002. Bardziej całościową wizję obejmującą także pontyfikat i myśl medialną Benedykta XVI, aż do rozpoczęcia pontyfikatu papieża Franciszka zob. G. Łęcicki, *Kościół a media* [w:] M. Przybysz, T. Wielebski, *Media w duszpasterstwie*, Warszawa 2014, s. 143–167. Analizę nauczania papieża Franciszka na temat mediów zob. A. Adamski, K. Kwasik, *Środki społecznego przekazu: narzędzie głoszenia Ewangelii czy teren misyjny? O wizji mediów według papieża Franciszka* [w:] *Duszpasterstwo w świetle nauczania papieża Franciszka*, red. D. Lipiec, Lublin 2015, s. 145–161.

³ Por. J. Plis, *Kościół wobec dostępu mniejszości etnicznych do środków społecznego przekazu* [w:] *Książka i czytelnik w grupach etnicznych*, red. A. Skrzypczak, Warszawa 1991, s. 28.

⁴ Por. A. Jeż, *Jezus Chrystus w kontekście ludzkiej komunikacji*, Tarnów 2002, s. 136–137.

⁵ Por. K. Pokorna-Ignatowicz, *Kościół w świecie mediów...*, dz. cyt., s. 139.

⁶ Por. J. Plis, *Kościół wobec dostępu...*, dz. cyt., s. 28.

⁷ Por. M. McLuhan, *The Medium and the Light. Reflections on religion*, ed. E. McLuhan, J. Szklarek, 1999, s. 33.

⁸ Między innymi: E. Baragli i in., *La Chiesa e i mass media*, Roma 1968; tenże, *Gli strumenti della comuni-*

na łamach dwutygodnika „La Civiltà Cattolica” opublikował artykuł pt. *Verso una teologia degli strumenti di comunicazione sociale (W kierunku teologii środków społecznego przekazu)*⁹, w którym streszcza dotychczasowe kierunki rozważań teologów w tym zakresie, ale też kreśli odważne perspektywy, widząc sens rozwoju nowej subdyscypliny teologicznej, którą nazywa „teologią narzędzi komunikowania społecznego”.

Kolejnym istotnym przypomnieniem wydaje się zaakcentowanie znaczenia soborowej inspiracji teologią rzeczywistości ziemskich, łączącą się z teologią znaków czasu¹⁰. Rozwój mediów we współczesnym świecie, a głównie ewolucja ich znaczenia i wartości w aktualnej cywilizacji, stanowiły jeden z ważniejszych tematów nauczania Soboru Watykańskiego II (1962–1965), czego świadectwem był poświęcony im (uchwalony jako jeden z pierwszych) osobny dokument zatytułowany *Dekret inter mirifica (O środkach społecznego przekazywania myśli)* (1963).

Obecnie refleksja naukowa na temat wspólnych odniesień i relacji między religią, media-

mi i kulturą jest podejmowana w wielu ośrodkach naukowych na całym świecie, i to nie tylko w kręgach rzymskokatolickich¹¹. Przy czym trzeba zauważyć, że nie zawsze jest to refleksja o charakterze teologicznym – czasem jest znacząco interdyscyplinarna, ale bliższa religioznawstwu czy socjologii religii. Metodologia nauk teologicznych ma swoje specyficzne wymogi, bez spełnienia których nie można w ogóle mówić o refleksji teologicznej. Wśród ośrodków naukowych na Zachodzie, podejmujących w licznych badaniach i publikacjach tematykę relacji na linii religia (teologia)–media–kultura, można by wymienić przykładowo Center for Media, Religion and Culture na University of Colorado Boulder¹², University of Chester¹³ czy School of Divinity, działającą na University of Edinburgh¹⁴. Na gruncie teologii katolickiej podobna refleksja jest podejmowana na University of Malta¹⁵.

Współcześnie można spotkać różne koncepcje teologii środków społecznego przekazu. Część badaczy (zwłaszcza na zachodzie Europy) bardziej skłania się ku koncepcji rozwijania

cazione sociale nel Concilio Vaticano 2, Roma 1963; tenże, *Comunicazione, comunione e Chiesa*, Roma 1973; tenże, *Comunicazione e pastorale: sociologia pastorale degli strumenti della comunicazione sociale*, Roma 1974; tenże, *Informazione, dialogo, opinione pubblica nella Chiesa*, Roma 1972; tenże, *Corso sociologico-pastorale sugli strumenti della comunicazione sociale*, Roma 1967.

⁹ E. Baragli, *Verso una teologia degli strumenti di comunicazione sociale*, „La Civiltà Cattolica” 1970 (121), nr 2876, s. 141–150. Tłumaczenie artykułu na język polski zob. tenże, *W kierunku teologii środków społecznego przekazu*, „Teologia w Polsce” 1987, nr 19, s. 4–16.

¹⁰ Por. J. Lewandowski, *Teologia rzeczywistości ziemskich*, „Collectanea Theologica” 1999, nr 3 (69), s. 71–84.

¹¹ Można tu zauważyć ekumeniczny charakter i walory teologii środków przekazu.

¹² Jest to instytucja zajmująca się badaniem relacji między mediami i religią. Badania mają charakter dyscyplinarny, ich celem jest zdobywanie wiedzy na temat tego, jak media i religia wzajemnie oddziałują na siebie oraz na współczesną kulturę. Więcej zob. na stronie internetowej Centrum: <http://cmrc.colorado.edu/> [dostęp: 21.10.2015].

¹³ Uniwersytet prowadzi studia MA na kierunku teologia, media i komunikacja, więcej zob. <http://www.chester.ac.uk/node/15473> [dostęp: 21.10.2015].

¹⁴ W ramach działania School of Divinity był realizowany projekt „Media & Theology”, więcej zob. <http://www.ed.ac.uk/divinity/research/projects/media-theology> [dostęp: 21.10.2015].

¹⁵ Tutaj należy wymienić zwłaszcza publikacje J. Borga i C.M. Sultany, np. J. Borg, M.A. Lauri, *Paradigm shifts in the teachings of the Catholic church about media education*, „Global Media Journal – Polish edition” 2012, nr 1 (9), s. 1–20; J. Borg, C.M. Sultana, *Communicating faith through the legacy media. Theological reflections and pastoral implication*, „Kultura–Media–Teologia” 2015, nr 20, http://kmt.uksw.edu.pl/media/pdf/kmt_2015_20_Borg_Sultana_1.pdf [dostęp: 02.11.2015], s. 9–24.

teologii komunikacji, część teologów chce widzieć teologię mediów jako podporządkowaną innym subdyscyplinom nauk teologicznych. Istnieje też silna tendencja patrzenia na nią jako na autonomiczną subdyscyplinę naukową, charakteryzującą się własnym, odrębnym przedmiotem formalnym i materialnym oraz pewną specyfiką metod i podejścia badawczego.

Niektóre koncepcje teologii środków społecznego przekazu klasyfikują ją i ujmują jako część teologii kultury. W tym duchu wypowiada się II Polski Synod Plenarny, który refleksję nad mass mediami i ich rolą zawarł w tym samym dokumencie, co refleksję nad szeroko rozumianą kulturą. Przy czym tytuł tego dokumentu: *Ewangelizacja kultury i środków społecznego przekazu* sugeruje raczej, że kultura i media są obszarami pracy ewangelizacyjnej, a niekoniecznie miejscami teologicznymi (*loci theologici*)¹⁶.

Teologię mediów jako część teologii kultury widzi Henryk Seweryniak (UKSW), który przedstawił najpełniejszą, wieloaspektową refleksję metodologiczną ukazującą teologię mediów nie tylko w odniesieniu do innych dyscyplin teologicznych, ale także precyzującą przedmiot i zakres badań¹⁷. Badacz przypomniał, że media mogą i powinny być narzędziem ewangelizacji, ale refleksja teologiczna w zakresie teologii środków społecznego przekazu musi uwzględniać również inne aspekty i skompli-

kowane zagadnienia wynikające z rozwoju nowych mediów. Podobne stanowisko prezentuje również Witold Kawecki (UKSW). Zwraca on uwagę przede wszystkim na zjawisko komunikacji wizualnej, jako cechę charakterystyczną współczesnej kultury; postuluje więc rozwijanie badań teologicznych dotyczących obrazów, a więc w konsekwencji – także ikonicznych przekazów medialnych. Wylicza także kolejne subdyscypliny teologiczne, a mianowicie teologię kultury wizualnej, teologię piękna oraz teologię obrazu elektronicznego¹⁸.

W nurcie badań teologicznych nad wizualnością znalazły się próby uściślenia i określenia kwestii miejsc teologicznych między innymi w filmie i telewizji, a więc w mediach masowych¹⁹.

Istnieją również propozycje, by teologię mediów traktować nie tyle jako samodzielną dyscyplinę naukową, ile raczej jako teologiczną refleksję nad komunikowaniem masowym i potraktować ją, podobnie jak teologię ciała, miłości, rodziny etc.²⁰ Zbliżone stanowisko prezentuje m.in. Karol Klauza (KUL), teolog podejmujący problematykę medialną i podkreślający znaczenie zagadnień medialnych dla rozmaitych teologicznych dyscyplin naukowych (nie tylko teologii fundamentalnej, dogmatycznej, lecz również teologii ascetycznej i mistycznej), ale głównie teologii pastoralnej²¹. Używa on raczej określenia „mass mediologia teologiczna” czy też „teologiczny namysł nad komuni-

¹⁶ Por. *Ewangelizacja kultury i środków społecznego przekazu* [w:] II Polski Synod Plenarny (1991–1999), Poznań 2001, s. 101–124.

¹⁷ Zob. H. Seweryniak, *Teologie na „progu domu”*, „Kultura–Media–Teologia” 2010, nr 1, http://kmt.uksw.edu.pl/media/pdf/kmt_2010_1_seweryniak.pdf [dostęp: 02.11.2015], ss. 11–12, 15–17.

¹⁸ Zob. W. Kawecki, *Wizualność kultury i teologii* [w:] *Kultura wizualna – teologia wizualna*, red. W. Kawecki, J.S. Wojciechowski, D. Żukowska-Gardzińska, Warszawa 2011, ss. 15, 19, 23–25; tenże, *Czym jest locus theologicus kultury wizualnej?* [w:] *Wierzyć i widzieć*, red. K. Flader i in., Sandomierz 2013, ss. 33, 35, 40.

¹⁹ Zob. D. Jaszewska, *Locus theologicus w filmie jako kategoria interdyscyplinarna. Między teologią a kulturoznawstwem* [w:] *Miejsca teologiczne w kulturze wizualnej*, Kraków–Warszawa 2013, s. 103–164; W. Kawecki, *Telewizja jako miejsce teologiczne* [w:] tamże, s. 165–216.

²⁰ Por. M. Laskowska, *Media i teologia. Kierunki badań teologicznych w ujęciu Magisterium Kościoła*, „Teologia Praktyczna” 2013, nr 14, s. 142–143.

²¹ Zob. K. Klauza, *Eklezjogenetyczna funkcja środków społecznego przekazu* [w:] *Kościół a środki społecznego przekazu*, red. J. Chrapek, Warszawa 1990, s. 162.

kowaniem masowym”²². Za fundamentalny przedmiot badań teologii środków społecznego przekazu uznał refleksję „nad skutecznością mass mediów w budowaniu historiozbawczej rzeczywistości”²³. Lubelski teolog szczególnie zaakcentował konieczność badań „wspólnotwórczej funkcji przekazu informacji i wymiany wartości zbawczych”²⁴, a więc zaakcentował znaczenie mediów w dziele tworzenia rzeczywistości Kościoła²⁵. W refleksji Klauzy można wyraźnie dostrzec silne podkreślenie integracyjnej funkcji mediów głównie w aspekcie religijnym, związanym z misją Kościoła.

Założyciel i pierwszy dyrektor Instytutu Edukacji Medialnej i Dziennikarstwa na Wydziale Teologicznym UKSW, ks. prof. dr hab. Antoni Lewek (1940–2010)²⁶ ujmował teologię środków przekazu w kontekście zadań ewangelizacyjnych, co wolno uznać za łączenie i wyprowadzanie teologii mediów z teologii praktycznej, której przedmiotem jest „działalność zbawcza Kościoła jako wspólnoty ludu Bożego”²⁷. Lewek postulował więc, by teologię środków przekazu „umieścić w ramach teologii praktycznej, obok takich dyscyplin szczegółowych, jak teologia katechezy czy teologia kaznodziejstwa lub w ramach teologii ewangelizacji”²⁸. Za przedmiot materialny teologii środków społecznego przekazu uważał „proces komunikowania orędzia zbawczego Chrystusa za pomocą mediów masowych”²⁹. Przypominał

dwa wymiary komunikowania (bosko-ludzkie i międzyludzkie), którego ostatecznym celem jest zbawienie rozumiane jako wspólnota ludzi z Bogiem i między sobą, a dokonujące się bezpośrednio w komunii z Bogiem oraz pośrednio – dzięki zbawczemu pośrednictwu Kościoła stosującemu obecnie coraz szerzej komunikowanie medialne. Przedmiotem formalnym według Lewka jest odmienność i specyfika trzech form ewangelizacji, a więc teologii katechezy, kaznodziejstwa i środków przekazu³⁰. Założyciel IEMiD-u szedł zatem w stronę rozumienia teologii środków społecznego przekazu jako samodzielnej subdyscypliny nauk teologicznych, choć był bardzo skupiony na rozpatrywaniu mediów w aspekcie ich funkcji ewangelizacyjnej³¹.

Do wyjaśnienia pozostaje relacja między teologią środków przekazu a teologią komunikacji. Precyzując przedmiot teologii środków społecznego przekazu, należy także oddzielić ją od teologii komunikacji. Ta bowiem obejmuje swym zakresem refleksję teologiczną dotyczącą wszelkich procesów komunikacyjnych, a więc medialnych oraz pozamedialnych – bezpośrednich (interpersonalnych) albo interpersonalnych, realizowanych za pomocą urządzeń komunikacyjnych. W zakresie bezpośredniej komunikacji interpersonalnej należałoby wyróżnić komunikację indywidualną oraz zbiorową, realizowaną bez pośrednictwa mediów, jak

²² Por. K. Klauza, *Wnioski z „Aetatis novae”* [w:] *Mediokracja w Polsce*, red. I. Skubiś, Częstochowa 2008, s. 72.

²³ K. Klauza, *Eklezjogenetyczna funkcja...*, dz. cyt., s. 161.

²⁴ Tamże, s. 163.

²⁵ Zob. tamże.

²⁶ Por. K. Marcyński, *Biografia ks. Profesora Antoniego Lewka* [w:] *Media na przełomie. Dziennikarstwo, kaznodziejstwo, edukacja medialna. Śp. Ksiądz Profesor Antoni Lewek (1940–2010). Księga Pamiątkowa*, red. K. Marcyński, J. Szaniawski, ks. J. Twardy, Warszawa 2011, s. 37.

²⁷ R. Kamiński, *Tożsamość metodologiczna teologii pastoralnej* [w:] *Metodologia teologii praktycznej*, red. W. Przyczyna, Kraków 2011, s. 39.

²⁸ A. Lewek, *Nowa ewangelizacja w duchu Soboru Watykańskiego II*, Katowice 1995, s. 114.

²⁹ Tamże.

³⁰ Tamże.

³¹ Por. A. Lewek, *Podstawy edukacji medialnej i dziennikarskiej*, Warszawa 2003, s. 50–51.

np. klasyczny wykład akademicki czy homilia. Dla teologii komunikacji fundamentalną rzeczywistość stanowi Chrystus – *Perfectus Communicator*³². Istotnym zagadnieniem badawczym jest więc kwestia komunikacji między Bogiem a człowiekiem oraz wszelkimi rodzajami komunikacji międzyludzkiej. Nieco inaczej przedstawia się kwestia przedmiotu teologii mediów. Dziś wielu zachodnich teologów skłania się raczej do mówienia o teologii komunikacji niż o teologii mediów. Wydaje się jednak, że jest to spłylenie problemu. Niesie bowiem ze sobą ryzyko skupienia się na teoretycznych rozważaniach przebiegu procesu komunikacji samego w sobie, przy marginalizowaniu aspektów pastoralnych, moralnych i etycznych bezpośrednio odnoszących się do roli mediów w komunikowaniu. Jest to jednak problem znacznie szerszy, wykraczający poza ramy niniejszego artykułu. Jednak w najbliższej przyszłości powinien on stać się przedmiotem pogłębionych badań.

Owe analizy dobitnie ukazują potrzebę wyodrębnienia oraz uściślenia przedmiotu badań teologicznych w zakresie środków społecznego przekazu. Powyżej omówione propozycje metodologiczne są cenne, jednak nie można do końca się z nimi zgodzić w aspekcie niesamodzielnosci teologii mediów. Łączenie jej z teologią praktyczną jest logiczną konsekwencją określonej, nowoczesnej wizji ewangelizacji, ale nie może stanowić elementu powodującego redukcję teologii środków społecznego przekazu wyłącznie do roli subdyscypliny teologii pastoralnej. Analogicznie, nie można się zgodzić na ujmowanie teologii mediów jako subdyscypliny teologii kultury, której przedmiotem są również fenomeny kultury niebędące przekazami medialnymi. Do wyjaśnienia pozostaje również relacja między teologią środków przekazu a teologią komunikacji. Dlatego

też, zdaniem autorów niniejszego artykułu, należałoby tu rozważyć postulat analogiczny do pojawiającego się w polskiej nauce, by zmienić dotychczasową nazwę „nauki o mediach” na „nauki o mediach i komunikacji społecznej”. Analogicznie, subdyscyplina teologiczna zajmująca się refleksją nad mediami i komunikacją mogłaby być określana jako „teologia mediów i komunikacji”. Takie podejście skutkowałoby ujednoczeniem refleksji teologiczno-medioznawczej łączącej w harmonijną całość analizę wszelkich zagadnień związanych z komunikacją oraz z mediami jako narzędziami komunikowania. Dotychczasowe oddzielanie problematyki komunikacji oraz środków społecznego przekazu wydaje się anachronizmem w dobie gwałtownego rozwoju nowoczesnych technologii informacyjnych i komunikacyjnych oraz nasilającego się zjawiska mediatyzacji coraz większych obszarów życia społeczeństw i jednostek.

Teologia mediów i komunikacji – aspekt metodologiczny

Podobnie jak nauki o mediach uzyskały autonomię, tak również teologia mediów i komunikacji stała się na drodze ewolucji autonomiczną nauką teologiczną mającą swój specyficzny, odrębny przedmiot oraz określoną metodę i cel. Postulat traktowania teologii mediów i komunikacji jako autonomicznej nauki teologicznej wynika przede wszystkim z konieczności dostrzegania jej bardziej uniwersalnego charakteru, niezawężonego tylko do refleksji odnoszącej się do ewangelizacji, katechizacji, integracji, a także badania wzajemnych relacji między religią, kulturą, mediami oraz naukami o komunikowaniu. Konieczność rozwijania teologii mediów i komunikacji jako osobnej nauki stanowi również intelektualne wyzwanie płynące

³² Zob. A. Jeż, *Jezus Chrystus...*, dz. cyt., s. 196–205; R. Czekalski, *Katecheza komunikacją wiary*, Płock 2006, s. 131–135.

z faktu niespotykanego dotąd w historii ludzkości rozwoju nowych technik komunikacyjnych, a w konsekwencji i nowych mediów tworzących nową, wirtualną rzeczywistość. Rzeczywistość niejako alternatywną wobec realnej i powodującej istotne przeobrażenia kulturowe i cywilizacyjne, które stanowią dla Kościoła kolejne wyzwanie ewangelizacyjne. Konieczność nadążania za owymi przemianami jest istotnym bodźcem rozwijania nie tylko nauk o mediach, ale także pogłębiania refleksji teologicznej dotyczącej rozmaitych przekazów medialnych. Klasyczna teologia, a nawet teologia pastoralna czy teologia ewangelizacji, nie zajmuje się analizowaniem i badaniem przekazów medialnych w sposób tak profesjonalny, jak ma to na celu teologia środków społecznego przekazu.

Tradycyjny schemat metodologiczny zawiera podział teologii na trzy podstawowe działy, a mianowicie teologię pozytywną (do której należą: biblistyka, patrologia i historia Kościoła), teologię systematyczną (obejmującą teologię fundamentalną, teologię dogmatyczną i teologię postępowania, którą tworzą teologia moralna oraz kanonistyka) oraz teologię praktyczną, do której zalicza się liturgikę, katechetykę, teologię świadectwa i teologię pastoralną³³.

W opinii autorów niniejszego artykułu należałoby na nowo zdefiniować przedmiot materialny teologii mediów i komunikacji. Określenie przedmiotu formalnego nie budzi wątpliwości: jest to refleksja o Bogu, który objawia się człowiekowi, oraz o mediach, jako rzeczywistości będącej w relacji wobec Boga i ujmowanych *sub ratione Dei*³⁴. Natomiast zdaniem autorów niniejszego opracowania przedmiotem mate-

rialnym teologii mediów jest proces komunikowania (bezpośredniego, zapośredniczonego, a także zmediatyzowanego)³⁵ oraz przekaz medialny analizowany, interpretowany oraz oceniany w kontekście Bożego Objawienia oraz nauczania Kościoła, a zwłaszcza jego doktryny medialnej (także w odniesieniu i z uwzględnieniem wyników badań medioznawczych). Takie podejście ma charakter interdyscyplinarny, łączący refleksję teologiczno-medialną z analizą medioznawczą. Jest także realizacją wyrażonego wcześniej postulatu ujednoczenia refleksji teologicznej na temat mediów i komunikacji jako procesu.

Wizja mediów jako rzeczywistości pozostającej w relacji wobec Boga implikuje – zdaniem autorów niniejszego tekstu – dalsze uszczegółowienie przedmiotu materialnego teologii mediów i komunikacji, do którego należy jeszcze dołączyć refleksję o człowieku jako twórcy, nadawcy i odbiorcy przekazu medialnego. Łączy się to również w pewnym stopniu z wymiarem normatywnym, określającym normy i wartości, nakazy i zakazy, których źródłem jest zarówno refleksja teologiczno-moralna, jak i zasady etyczne oraz prawne, formułowane przez prawodawców oraz instytucje medialne i środowiska dziennikarskie. Ocena etyczna badanych przekazów medialnych również stanowi jeden z przedmiotów materialnych teologii mediów i komunikacji. Wśród jej specjalności naukowych wolno wyróżnić teologię nowych mediów oraz internetu, cyberteologię, teologię mediów audialnych oraz teologię mediów audiowizualnych – kina i telewizji³⁶. Walery Pisarek proponuje poszerzenie panoramy tych

³³ Zob. J. Majka, *Metodologia nauk teologicznych*, Wrocław 1995, s. 33.

³⁴ Por. H. Seweryniak, *Teologie na progę...*, dz. cyt., s. 18.

³⁵ To rozróżnienie komunikacji zapośredniczonej (*mediated*) od zmediatyzowanej (*mediatized*) powoli przebiega się w literaturze w kontekście teorii mediatyzacji. Nietrudno zauważyć, że w języku angielskim mamy do czynienia z pewnego rodzaju grą słów, nie do końca możliwą do oddania w języku polskim.

³⁶ Teologiczno-medialną analizę filmów i seriali prowadzą m.in. ks. dr hab. prof. Uniwersytetu Opolskiego Marek Lis oraz dr hab. prof. UKSW Grzegorz Łęcicki. Zob. M. Lis, *Elementy biblijne w filmach niebiblijnych* [w:]

specjalności o teologię prasy, teolingwistykę oraz teologię języka³⁷. Osobny dział teologii mediów stanowią także badanie funkcjonowania katolickich instytucji medialnych oraz analiza poszczególnych wymiarów nauczania Kościoła na temat środków społecznego przekazu. Wśród specjalności naukowych teologii mediów należy jeszcze wyróżnić edukację medialną rozumianą jako naukę badającą i określającą sposoby formacji człowieka jako nadawcy i odbiorcy oraz użytkownika przekazów medialnych³⁸. Edukacja medialna, pojmowana jako formacja zarówno nadawców, jak i odbiorców przekazów medialnych, jest nieustannie powracającym motywem w oficjalnych dokumentach Kościoła katolickiego na temat środków społecznego przekazu.

Źródeł teologii mediów i komunikacji należy upatrywać w dwóch obszarach, a mianowicie w Objawieniu i nauczaniu Kościoła oraz w świecie mediów, a także teorii komunikowania. Źródłami teologii mediów są oczywiście najpierw miejsca teologiczne (*loci theologici*)³⁹ charakterystyczne dla całej teologii, a więc Biblia i Tradycja, świadectwa Magisterium, czyli

dokumenty nauczania Kościoła, a szczególnie zawierające doktrynę medialną (jak np. encykliki i listy apostołskie dotyczące mediów, ogłoszane od 1967 r. papieskie orędzia na Światowe Dni Komunikacji Społecznej), dziedzictwo Ojców Kościoła, życie i aktywność świętych, wiara i obyczaje chrześcijańskie, liturgia, sztuka kościelna, dzieła teologów. Głównym źródłem poznania teologicznego jest żyjący Chrystus i Jego Ewangelia⁴⁰. Poza źródłami określanymi jako miejsca własne poznania teologicznego drugim obszarem źródeł są tzw. miejsca pomocnicze, do których zalicza się, obok filologii, filozofii, historii, nauk przyrodniczych i technicznych, także kulturę i jej przemiany, a więc i świat mediów oraz tworzoną przez nich cywilizację cyfrową⁴¹. W przypadku teologii mediów i komunikacji za nowe źródła pomocnicze (a zarazem przedmiot badań) należy uznać komunikaty i przekazy medialne. Źródłem i przedmiotem badań teologii mediów audiowizualnych (jako jednej ze specjalności teologii mediów) są utwory filmowe⁴². Zdaniem Katarzyny Parzych-Blakiewicz „mass media kwalifikują się do miejsc teologicznych zależnych – historycz-

Ukryta religijność kina, red. M. Lis, Opole 2002, s. 77–94; tenże, *Figury Chrystusa w „Dekalogu” Krzysztofa Kieślowskiego*, Opole 2011; tenże, *Epifania czy instrumentalizacja Boga? Spojrzenie na filmy religijne* [w:] *Sacrum w kinie dekadę później*, red. S.J. Konefał, M. Zelent, K. Kornacki, Gdańsk 2013, s. 51–61; G. Łęcicki, *Media audiowizualne w nauczaniu Jana Pawła II*, Warszawa 2013; tenże, *Teologia mediów audiowizualnych jako wyzwanie XXI wieku*, „Kultura–Media–Teologia” 2012, nr 10, http://kmt.uksw.edu.pl/media/pdf/kmt_2012_10_lecicki.pdf [dostęp: 02.11.2015], s. 8–17; tenże, *Obraz rodziny w wybranych polskich serialach telewizyjnych* [w:] *Kapłan i rodzina w mediach*, red. A. Adamski, K. Kwasik, G. Łęcicki, Warszawa 2012, s. 91–101.

³⁷ Por. *Czym jest teologia mediów?*, dz. cyt., s. 33–34.

³⁸ Por. P. Drzewiecki, *Edukacja medialna a nauczanie religii w szkole*, Warszawa 2013, s. 27–32; G. Łęcicki, *Edukacja medialna jako istotna cecha nowoczesnego społeczeństwa*, „Kultura–Media–Teologia” 2010, nr 3, http://kmt.uksw.edu.pl/media/pdf/kmt3_lecicki.pdf [dostęp: 27.07.2014], s. 71–79.

³⁹ Miejsce teologiczne (*locus theologicus*) to pojęcie wskazujące na teologiczne pryncypia i metodę. Miejsca teologiczne wskazują na źródła teologicznej argumentacji, a ich uwzględnienie jest niezbędne do utworzenia metody badawczej, od której zależy funkcjonowanie teologii jako nauki. Por. K. Parzych-Blakiewicz, *Mass media jako „locus theologicus”* [w:] A. Gralczyk, K. Marcyński, M. Przybysz, *Media w transformacji*, Warszawa 2013, s. 373. Cytowany artykuł zawiera również omówienie najważniejszych schematów i koncepcji miejsc teologicznych proponowanych przez teologów na przestrzeni wieków.

⁴⁰ Zob. H. Seweryniak, *Teologie na progu...*, dz. cyt., s. 19; W. Kawecki, *Czym jest locus theologicus...*, dz. cyt., s. 43.

⁴¹ Zob. H. Seweryniak, *Teologie na progu...*, dz. cyt., s. 19.

⁴² Zob. M. Lis, *Epifania...*, dz. cyt., s. 61.

nych, przedłużających i poszerzających wymiar osobowy, upowszechniających Prawdę od osoby nadawcy oraz dynamizujących aksjologicznie osobę odbiorcy⁴³.

Walter J. Ong, podejmując rozważania o wzajemnych relacjach i odniesieniach mediów i teologii, proponuje, aby nie ograniczać tych rozważań tylko do badania wzajemnego wpływu i odpowiedzialności owych dwóch rzeczywistości, ale by iść nieco głębiej: mówi on o integralnym połączeniu, wzajemnym uzupełnianiu się mediów i teologii⁴⁴. Na możliwość „dwustronnego” uprawiania teologii mediów wskazuje też Pokorna-Ignatowicz, która nazywa teologię mediów „młodą dyscypliną nauk kościelnych”. Według niej, na gruncie teologii mediów porównuje się myśli teologiczne z dokonaniem nauk o komunikowaniu oraz poddaje się analizie poszczególne elementy procesu komunikowania w kontekście teologicznym. Możliwe jest jednak podejście odwrotne: można badać proces komunikacji i wnioskami ubogacać teologię. W ten sposób poszerza się obszary badań teologii i metodologię teologiczną o nowe obszary⁴⁵.

Zatem oprócz klasycznej, dwuetapowej metody stosowanej w naukach teologicznych⁴⁶ naturalne wydaje się również wykorzystanie przez teologię mediów i komunikacji metod badawczych z obszaru nauk humanistycznych (najczę-

ściej używa się metody krytycznej interpretacji źródeł, analizy krytycznej, analizy historycznej i porównawczej oraz syntezy wyników badań) i społecznych (zwłaszcza badanie sondażowe, pomiar ruchu i zasięgu, analiza treści, analiza sieci społecznych, analiza istniejących danych, wywiad jakościowy, grupowy wywiad zogniskowany, obserwacja, etnografia, eksperyment myślowy, ewaluacja etyczna)⁴⁷. Seweryniak, Robak i Sitkowska proponują także cztery metody typowe dla „teologii pogranicza”, którym to zbiorczym mianem określają m.in. teologię kultury i teologię mediów. Są to: metoda interpretacji *sub ratione Dei*, metoda magisterialna, metoda teologicznomoralna oraz metoda pastoralna. Wydaje się, że wśród tych narzędzi najbardziej obiecująca jest metoda *sub ratione Dei*. Składa się ona z dwóch etapów. Najpierw bada się, opisuje i rozpoznaje dany problem (zjawisko, obszar etc.), uwzględniając cały jego kontekst: stopień złożoności, interdyscyplinarność, ewentualne uwarunkowania psychologiczne czy techniczne itp. Chodzi o stworzenie względnie spójnego i całościowego obrazu danego zjawiska. Następnie dokonuje się jego interpretacji teologicznej. Przy czym jasno widać, że ta metoda wymaga zarówno wysokich kompetencji teologicznych, jak i medioznawczych oraz kulturowych⁴⁸. Jeśli idzie o pozostałe metody, to metoda magisterialna ujmuje media przede

⁴³ K. Parzych-Blakiewicz, *Mass media...*, dz. cyt., s. 383.

⁴⁴ Por. W.J. Ong, *Communications media and the state of theology* [in:] *Media, culture and catholicism*, ed. P.A. Soukup 1996, p. 3.

⁴⁵ Por. K. Pokorna-Ignatowicz, *Kościół...*, dz. cyt., s. 140.

⁴⁶ Etap pierwszy to poszukiwanie i krytyczne opracowanie źródeł, etap drugi – interpretacja i rozumienie ich w świetle Objawienia zawartego w Piśmie Świętym i poświadczonego przez Tradycję Kościoła. Por. H. Seweryniak, K. Sitkowska, M. Robak, *Kultura–media–teologia. Metodyka pisania prac dyplomowych*, Płock 2013, s. 112.

⁴⁷ Por. M. Laskowska, *Media i teologia...*, dz. cyt., s. 144; H. Seweryniak, K. Sitkowska, M. Robak, *Kultura–media–teologia...*, dz. cyt., ss. 117–118, 137–142.

⁴⁸ Por. H. Seweryniak, *Teologie na progę...*, dz. cyt., s. 19–20; H. Seweryniak, K. Sitkowska, M. Robak, *Kultura–media–teologia...*, dz. cyt., s. 121–122. Praktycznymi realizacjami badania naukowego dokonanego za pomocą metody interpretacji *sub ratione Dei* są m.in. napisane pod kierunkiem ks. prof. H. Seweryniaka rozprawy doktorskie K. Sitkowskiej (*Współczesne interpretacje rzeczywistości w kontekście rozwoju kultury cyfrowej oraz ich wpływ na chrześcijański obraz świata*, Warszawa 2014, mps w archiwum WT UKSW) oraz M. Robaka (*Teologicznofundamentalna interpretacja Globalnej Infrastruktury Informacyjnej*, Warszawa 2008, mps w archiwum WT UKSW).

wszystkim z punktu widzenia dokumentów Kościoła oraz komentarzy i analiz teologicznych; metoda teologicznomoralna zajmuje się głównie oceną moralną zjawisk medialnych, zaś metoda pastoralna skupia się na wykorzystaniu mediów do celów duszpasterskich⁴⁹.

Metodę teologii mediów i komunikacji stanowi także krytyczna analiza przekazów medialnych zarówno w warstwie werbalnej, jak i niewerbalnej oraz ikonicznej. Istotnym elementem owej analizy jest uwzględnienie kontekstu przekazu medialnego wobec zadań, misji i funkcji mediów określonych przez doktrynę Kościoła na ich temat (informacja, integracja, ewangelizacja, katecheza).

Zakończenie

Sprecyzowany zakres obszaru badań medialnych, uwzględniający różne dziedziny i dyscypliny naukowe, choć jest dobry i dokładny, to jednak wymaga uzupełnienia o teologię mediów i komunikacji. Skoro bowiem dopuszcza możliwość badań filozoficznych, a nawet analiz z zakresu nauk o sztuce, to nie może pomijać tego istotnego aspektu, jakim jest obszar spotkania i dialogu sfery *sacrum* i *humanum*. Au-

torzy niniejszego artykułu po dogłębnej analizie metodologicznej proponują używanie tej właśnie nazwy („teologia mediów i komunikacji”) w miejsce dotąd używanych „teologia mediów”, „teologia środków społecznego przekazu” oraz „teologia komunikacji”. Ujednolicenie nazewnictwa i metodologii wydaje się niezbędne wobec procesów rozwoju nowych technik komunikacyjnych dynamicznie zachodzących w świecie.

Teologia mediów i komunikacji jest subdyscypliną dość młodą, ciągle wykluwającą się w toku szczegółowych analiz, badań i studiów dotyczących zarówno tradycyjnych środków społecznego przekazu, jak i nowych mediów oraz zjawisk będących następstwem błyskawicznego rozwoju technik komunikacyjnych i medialnych (przy czym nawet nauki o mediach nie zawsze nadążają za gwałtownymi przemianami i dynamicznym postępem w dziedzinie nowych technologii, urządzeń komunikacyjnych i medialnych). Dlatego wzbogacenie obszaru nauk o mediach o refleksję teologiczną będzie z niewątpliwym pożytkiem zarówno dla nauk o mediach, jak i dla nauk teologicznych.

⁴⁹ Por. H. Seweryniak, K. Sitkowska, M. Robak, *Kultura–media–teologia...*, dz. cyt., s. 122–123.