

Redaktorzy naukowi

Rafał Leśniczak

Jarosław A. Sobkowiak

Waldemar Bartocha

BISKUP ADAM LEPA PREKURSOR RELIGIJNEJ EDUKACJI MEDIALNEJ W POLSCE



**BISKUP ADAM LEPA
PREKURSOR RELIGIJNEJ
EDUKACJI MEDIALNEJ
W POLSCE**

Redaktorzy naukowi

Rafał Leśniczak
Jarosław A. Sobkowiak
Waldemar Bartocha

**BISKUP ADAM LEPA
PREKURSOR RELIGIJNEJ
EDUKACJI MEDIALNEJ
W POLSCE**

Redaktorzy naukowi

Rafał Leśniczak
Jarosław A. Sobkowiak
Waldemar Bartocha



Warszawa 2025

© Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie
Wydawnictwo Naukowe UKSW, Warszawa 2025

Recenzenci: dr hab. Grzegorz Łęcicki, em. prof. UKSW
dr hab. Andrzej Adamski, prof. WSiZ

Redakcja: Kinga Kołodziej
Projekt okładki: Jakub Jaskuła

Projekt typograficzny, skład i łamanie: Renata Witkowska

ISBN

978-83-8281-650-1 (wersja drukowana)

978-83-8281-651-8 (wersja elektroniczna)

Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie
01-815 Warszawa, ul. Dewajtis 5, tel. 22 561 89 23, e-mail: wydawnictwo@uksw.edu.pl
www.wydawnictwo.uksw.edu.pl

Druk i oprawa:
Volumina.pl Sp. z o.o.

Spis treści

Wprowadzenie Redaktorów Naukowych 7

Część I. Religijna pedagogika mediów

KS. WALDEMAR BARTOCHA

Teoria galenosfery w ujęciu biskupa Adama Lepy i próba jej zastosowania w liturgii „zmediatyzowanej”. Studium teologiczno-medioznawcze 15

PIOTR DRZEWIECKI

Religijna *Pedagogika mass* mediów biskupa Adama Lepy 39

JAROSŁAW A. SOBKOWIAK

Religijna pedagogika medialna w ujęciu biskupa Adama Lepy. Między ciszą a logosferą 57

Część II. Obraz i słowo w kulturze audiowizualnej

KS. WALDEMAR BARTOCHA

Relacja między słowem i obrazem w liturgii „zmediatyzowanej” 83

PIOTR DRZEWIECKI

Obraz i słowo w kulturze audiowizualnej. Perspektywa biskupa Adama Lepy 97

KAROL KLAUZA, JUSTYNA SZULICH-KAŁUŻA	
Mass media i postawy człowieka	117
DOMINIKA ŻUKOWSKA-GARDZIŃSKA	
Wkład biskupa Adama Lepy w kształtowanie kultury audiowizualnej	129

Część III.

Propaganda i manipulacja medialna

MAGDALENA BUTKIEWICZ	
Propaganda i manipulacja w ujęciu biskupa Adama Lepy	145
PIOTR DRZEWIECKI	
Obraz i słowo jako narzędzia manipulacji w mediach. Refleksje biskupa Adama Lepy	165
PAWEŁ SZUPPE	
Manipulacja w mediach według publikacji biskupa Adama Lepy (1939–2022)	185

Część IV.

Obecność i wizerunek Kościoła katolickiego w mediach w Polsce

PAWEŁ BORTKIEWICZ TCHR	
Obraz Kościoła i słowo o Kościele w twórczości biskupa Adama Lepy	227
RAFAŁ LEŚNICZAK	
Stereotypizacja wizerunku instytucji Kościoła katolickiego w polskich mediach w świetle dorobku naukowego Adama Lepy	261
MONIKA PRZYBYSZ	
Obecność i wizerunek Kościoła katolickiego w mediach w Polsce	281
JAROSŁAW A. SOBKOWIAK	
Obecność i wizerunek Kościoła katolickiego w mediach według biskupa Adama Lepy. Aktualność wyzwań pedagogicznych i etycznych	299
KS. PIOTR TOMASIK	
Obraz Kościoła w przestrzeni społecznej. Implikacje katechetyczne	317

Wprowadzenie Redaktorów Naukowych

Oddajemy do rąk Czytelników monografię *Biskup Adam Lepa – prekursor religijnej edukacji medialnej w Polsce*, prezentującą oryginalne koncepcje teoretyczne i praktyczne Adama Lepy w zakresie religijnej edukacji medialnej (*faith-based media literacy education*).

Biskup Lepa jest jednym z pierwszych w Polsce badaczy pedagogiki medialnej, który podjął wyzwanie wprowadzenia i kierowania się myślą personalistyczno-chrześcijańską. Stworzył oryginalną koncepcję wychowawczą, stosując własną siatkę pojęciową (m.in. logosfera, galenosfera) w kontekście promocji słowa w kulturze audiowizualnej, wychowania do ciszy, proponując jednocześnie pedagogikę mediów nie tyle związaną z rozwojem dydaktyki mediów – technologiami kształcenia – co podkreślającą kompetencje miękkie, kulturowe i społeczne, związane z kształtowaniem pozytywnych postaw wobec mediów, zatem nie tylko dostarczającą technicznych instrumentów dydaktycznych.

Monografia jest częścią projektu *Bp Adam Lepa (1939–2022) – prekursor religijnej edukacji medialnej w Polsce*, który uzyskał finansowanie w ramach konkursu Narodowego Programu Rozwoju Humanistyki – Dziedzictwo Narodowe – konkurs 12 (NPRH/DN/SP/0189/2023/12). Projekt ten ma znaczenie dla kultury narodowej, ponieważ dotyczy ukazania i promowania polskiej myśli medioznawczej i pedagogicznej w Polsce i za granicą.

Struktura publikacji odwołuje się do dorobku Adama Lepy w czterech następujących zakresach problemowych: religijna pedagogika mediów, obraz i słowo w kulturze audiowizualnej, propaganda i manipulacja medialna, obecność i wizerunek Kościoła katolickiego w mediach w Polsce.

W monografii publikują etatowi i emerytowani pracownicy trzech ośrodków akademickich w Polsce: Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego Jana Pawła II, Akademii Kultury Społecznej i Medialnej w Toruniu oraz Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie. Z tymi ośrodkami biskup Lepa aktywnie współpracował w obszarze badań i dydaktyki.

Część pierwsza monografii jest poświęcona teoretycznym podstawom religijnej pedagogiki mediów. Otwiera ją rozdział autorstwa Waldemara Bartochy, w którym autor przedstawia teorię galenosfery w ujęciu biskupa Adama Lepy. Koncepcja ta dowodzi, że środowisko ciszy sytuuje się na obszarze mediosfery oraz w szeroko pojętym środowisku społecznym, galenosfera jest zaś skutecznym środkiem w wychowaniu do mediów. Liturgista zauważa, że cisza i milczenie odgrywają także istotną rolę w celebracjach liturgicznych, gdyż są wpisane w ich strukturę jako nieodzowny element. Dlatego należy je uwzględnić w procesie formacji liturgicznej obejmującej także osoby zaangażowane w realizację transmisji Mszy Świętej.

Piotr Drzewiecki w rozdziale *Religijna Pedagogika mass mediów biskupa Adama Lepy* prezentuje pionierski w Polsce podręcznik edukacji medialnej przygotowany przez biskupa Adama Lepę. Warszawski medioznawca, analizując program pedagogiki mediów autorstwa Lepy, zauważa i opisuje kilka istotnych jego cech, m.in. jego personalistyczny, środowiskowy i praktyczny charakter nastawiony na wychowanie człowieka, ale także umożliwiający integrację społecznego korzystania z mediów z wiarą religijną.

W pierwszej części można odnaleźć również tekst Jarosława Sobkowiaka zatytułowany *Religijna pedagogika medialna w ujęciu biskupa Adama Lepy. Między ciszą a logosferą*, będący syntezą kluczowych elementów religijnej pedagogiki mediów w ujęciu Adama Lepy. W rozdziale omówiono koncepcje ściśle związane z podjętym tematem, do których należą: galenosfera, logosfera i mediosfera. Podjęta analiza dowodzi, że zdaniem biskupa Lepy w centrum refleksji medioznawczej znajduje się człowiek jako odbiorca i twórca przekazu, który powinien być wyposażony w kompetencje umożliwiające krytyczny, odpowiedzialny i etyczny kontakt z mediami.

Część drugą monografii – *Obraz i słowo w kulturze audiowizualnej* – otwiera publikacja autorstwa Waldemara Bartochy zatytułowana *Relacja między słowem i obrazem w liturgii „zmediatyzowanej”*. Punktem wyjścia i źródłem inspiracji w spojrzeniu na to zagadnienie stały się publikacje biskupa Lepy poświęcone logosferze i jej roli w wychowaniu do mediów, a także te dotyczące ikonosfery i związanego z nią problemu nadmiernego rozwoju kultury obrazu. Ta ostatnia – jego zdaniem – może negatywnie oddziaływać na osobowość człowieka i prowadzić do zubożenia sfery słowa. Telewizja jako medium wpływa na kreację znaczeń w procesie transmisji Mszy Świętej. W tej perspektywie istotne wydaje się wypracowanie właściwego modelu transmisji, w którym transmitowany obraz będzie odsyłał poza siebie i pobudzał odbiorcę do aktu wspomnienia misterium paschalnego Chrystusa a nie do skupiania się nad transmitowanym obrazem i dźwiękiem.

Piotr Drzewiecki w rozdziale *Obraz i słowo w kulturze audiowizualnej. Perspektywa biskupa Adama Lepy* stawia dwa kluczowe pytania: jakie zjawiska współczesnej kultury audiowizualnej analizuje biskup Adam Lepa? Jak przez edukację medialną możemy przeciwdziałać zjawisku dominacji ikonosfery w kulturze audiowizualnej według biskupa Adama Lepy? Drzewiecki przybliży teorię logosfery i ikonosfery autorstwa Lepy jako oryginalną koncepcję wyjaśniającą niektóre zjawiska współczesnej kultury audiowizualnej.

Z kolei Karol Klauza i Justyna Szulich-Kałuża podejmują analizę wkładu biskupa Adama Lepy w rozwój studiów dziennikarskich na Katolickim Uniwersytecie Lubelskim Jana Pawła II. W tekście lubelskich medioznawców zaprezentowano kilka komplementarnie uzupełniających się obszarów badawczych Adama Lepy i Leona Dyczewskiego, dotyczących m.in.: profilu kształcenia dziennikarskiego, konieczności doskonalenia i kompetencji medialnych, humanistycznego rozumienia komunikacji.

Na podstawie dorobku Adama Lepy Dominika Żukowska-Gardzińska w rozdziale *Wkład biskupa Adama Lepy w kształtowanie kultury audiowizualnej* analizuje relację, jaka zachodzi między twórcą i odbiorcą informacji oraz światem mediów, który te komunikaty udostępnia, przekierowuje, przekształca. Autorkę interesuje nie tylko temat audiowizualności, ale przede wszystkim antropologiczny i kulturowy kontekst wypowiedzi Lepy o świecie mediów.

Część trzecią monografii pod tytułem *Propaganda i manipulacja medialna* rozpoczyna publikacja Magdaleny Butkiewicz. Autorka omawia definicje manipulacji i propagandy skonstruowane przez biskupa Adama Lepę. W rozdziale autorstwa warszawskiej medioznawczyni odniesiono się do stworzonego przez Lepę katalogu technik wykorzystywanych do wywierania wpływu na społeczeństwo, systemów manipulacji realizowanych w ramach tzw. wielkiej manipulacji i wielkiej propagandy oraz konsekwencji, jakie wywołuje oddziaływanie manipulacyjne i propagandowe u podlegających jego wpływowi jednostek. Butkiewicz wskazuje powody decydujące o przeciwstawieniu manipulacji działalności wychowawczej i pedagogicznej.

Rozdział *Obraz i słowo jako narzędzia manipulacji w mediach. Refleksje biskupa Adama Lepy* autorstwa Piotra Drzewieckiego stanowi z kolei studium i badanie teorii manipulacji oraz teorii postaw medialnych biskupa Lepy jako oryginalnej koncepcji edukacyjno-medialnej w przeciwdziałaniu technikom ukrytego wywierania wpływu na audytoria. Zasadniczym materiałem źródłowym dla autora rozdziału stanowiły dwie monografie: *Świat manipulacji* z 1997 roku oraz *Media a postawy* z 2001 roku. Drzewiecki wskazał na manipulację nie tyle jako technikę, ile kluczową kwestię antropologiczną i epistemologiczną w komunikacji społecznej i medialnej. Podkreślił znaczenie kształtowania postaw aktywnej, krytycznej i selektywnej audytoriów w tym zakresie.

Artykuł Pawła Szuppego ukazuje problematykę manipulacji w mediach według Adama Lepy. Teolog przedstawia: pojęcie manipulacji, jej rodzaje, mechanizmy funkcjonowania, podstawowe cele oraz skutki. Prezentuje manipulację jako wyzwanie dla pedagogiki. Omawia też inicjatywy, jakie warto podejmować, by przeciwdziałać manipulacji.

Część czwarta monografii podejmuje obszar badań nad obecnością i wizerunkiem Kościoła katolickiego w mediach w Polsce na podstawie dorobku Adama Lepy. Zaczyna się od refleksji naukowej Pawła Bortkiewicza, która zostaje skoncentrowana na zagadnieniu demaskacji mechanizmów wypaczających wizerunek Kościoła, kwestii pedagogizacji wiernych oraz zadaniach duszpasterzy w aktywnym uczestnictwie w odbiorze i tworzeniu mediów we wspólnocie Kościoła.

Celem analizy podjętej przez Rafała Leśniczaka jest natomiast rekonstrukcja wyodrębnionych przez Adama Lepę stereotypów, które łódzki

biskup pomocniczy dostrzegł w polskich mediach, a dotyczących wizerunku instytucjonalnego Kościoła katolickiego. Pole badawcze odnosi się zatem do sposobu postrzegania przez Lepę roli mediów w ukazywaniu tożsamości instytucji eklezjalnej w Polsce i kształtowania stereotypów na jej temat.

W rozdziale *Obecność i wizerunek Kościoła katolickiego w mediach w Polsce* Monika Przybysz zauważa, że wizerunek Kościoła w sieci powiązany jest od strony wewnętrznej z obecnością instytucjonalną, ale i osobową, w tym aktywnością osób duchownych i konsekrowanych w sieci, oraz świadectwem osób świeckich. Od strony zewnętrznej wizerunek ten współtworzą media, coraz mniej zainteresowane publikacjami dotyczącymi Kościoła, a jeśli już, to jedynie w negatywnym świetle. Z drugiej strony, badaczka twierdzi, że Kościół – pomimo wielu negatywnych doświadczeń z dziennikarzami szukającymi sensacji, skandali i kryzysów – jest zobowiązany do obecności w mediach i aktywności w tej przestrzeni. Wymaga to nie tylko przygotowanych od strony profesjonalnej pracowników, ale jednocześnie osób rozumiejących Kościół instytucjonalny, a ponadto zaplecza sprzętowego i odpowiednich środków finansowych na utrzymanie mediów.

Jarosław Sobkowiak w rozdziale *Obecność i wizerunek Kościoła katolickiego w mediach według biskupa Adama Lepy. Aktualność wyzwań pedagogicznych i etycznych* podejmuje refleksję naukową nad dwoma istotnymi zagadnieniami. Po pierwsze, autor przedstawia siatkę pojęciową pozwalającą uchwycić różnice zachodzące pomiędzy obrazem a wizerunkiem. Nie bez znaczenia pozostają tu kwestie szeroko obecnej propagandy i wykorzystywania różnych form manipulacji medialnej. Po drugie, w tekście zarówno dokonano opisu podstawowych wyzwań pedagogicznych i etycznych w odniesieniu do odpowiedzialności za obecność i wizerunek samego Kościoła, jak również wskazano adekwatną odpowiedź na wyzwania niesione przez propagandę i manipulację, odwołując się przy tym do myśli biskupa Lepy.

Rozdział *Obraz Kościoła w przestrzeni społecznej. Implikacje katechetyczne* autorstwa Piotra Tomasika ma za zadanie udzielić odpowiedzi na pytania o to, jaki jest obraz Kościoła w kształtowanej przez media przestrzeni społecznej i w jaki sposób działania katechetyczne mogą ten obraz modelować. W tym celu autor kolejno przypomina koncepcje, jakie w swoich pracach zawarł biskup Adam Lepa na temat kształtowania obrazu Kościoła przez media, następnie podejmuje problem teologicznego obrazu Kościoła oraz słów-kluczy, które

w ostatnich latach pojawiły się w dyskusji społecznej o Kościele (prozelityzm, klerykalizm, synodalność, inkluzywność), wreszcie formułuje postulaty katechetyczne, które mogą pomóc w budowaniu rzeczywistego obrazu Kościoła.

Materiał źródłowy dla autorów monografii stanowiły nie tylko publikacje naukowe i popularnonaukowe Adama Lepy, ale także zasoby archiwalne zdeponowane w Archiwum Archidiecezji Łódzkiej, zawierające m.in. osobiste notatki łódzkiego biskupa pomocniczego oraz jego niepublikowane teksty związane z poszukiwaniami naukowymi w obszarze religijnej pedagogiki medialnej. Dziękujemy księdzu kardynałowi Grzegorzowi Rysiowi za wyrażenie zgody na kwerendę w archiwum oraz księdzu Dominikowi Sujeckiemu, z którym podjęliśmy współpracę w zakresie digitalizacji tych zasobów.

Jesteśmy przekonani, że powstała monografia ma istotne znaczenie dla podejmowania badań w zakresie medioznawstwa, przede wszystkim w ujęciu personalistyczno-chrześcijańskim, oraz tworzenia pewnej szkoły myślenia o mediach i edukacji medialnej jako oryginalnej propozycji polskiej na świecie.

Redaktorzy naukowemu tomu

Rafał Leśniczak

Jarostaw Sobkowiak

Waldemar Bartocha

Część I.
Religijna pedagogika mediów

Teoria galenosfery w ujęciu biskupa Adama Lepy i próba jej zastosowania w liturgii „zmediatyzowanej”. Studium teologiczno-medioznawcze

Milczenie i słowo stanowią dwa istotne momenty komunikacji, które powinny pozostawać ze sobą w ścisłej korelacji w procesie budowania autentycznego dialogu i głębokiej bliskości między ludźmi. W tej optyce szczególnej wagi nabiera postulat papieża Benedykta XVI, który w Orędziu na XLVI Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu 2012 roku wskazywał na konieczność tworzenia odpowiedniego środowiska, swoistego „ekosystemu” charakteryzującego się równowagą między milczeniem, słowem, obrazami i dźwiękami¹. Problematyka ciszy w mediach stanowi także jeden z ważnych obszarów badawczych w dorobku naukowym biskupa Adama Lepy (1939–2022). Podejmując ten temat, posługuje się on pojęciem galenosfery. Szczegółowo opisuje jej strukturę oraz zasady funkcjonowania.

¹ Benedykt XVI, *Milczenie i słowo drogą ewangelizacji. Orędzie na XLVI Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu (24 stycznia 2012)*, www.vatican.va/content/benedict-xvi/pl/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20120124_46th-world-communications-day.html [dostęp: 20.01.2025].

W ujęciu biskupa Adama Lepy cisza stanowi istotny element etyki medialnej oraz edukacji medialnej². Podobnie jak Benedykt XVI, biskup Adam Lepa także dostrzega ścisłą zależność pomiędzy słowem a ciszą. Jego zdaniem „cisza oparta na twórczym milczeniu uwrażliwia na wypowiedane słowa”³. Cisza jako dynamiczny składnik logosfery ułatwia percepcję słowa, jego rozumienie, jak również przyczynia się do współtworzenia myśli i jej formy słownej oraz stwarza odpowiednie warunki do twórczej medytacji⁴.

Celem artykułu jest próba adaptacji teorii galenosfery w ujęciu biskupa Adama Lepy do liturgii „zmediatyzowanej”. Według Andrzeja Draguły określenie Eucharystii przymiotnikiem *zmediatyzowana* wskazuje na rzeczywistość zasadniczo różną od Mszy Świętej, która zakłada bezpośrednie uczestnictwo wiernych w akcie sakramentalnym. W przypadku liturgii „zmediatyzowanej” chodzi o liturgię w przekazie dokonującym się za pomocą medium, czyli dostępną w komunikacji pośredniej, gdzie pomiędzy nadawcą a odbiorcą staje przekąznik, jakim są: radio, telewizja, telefonia komórkowa bądź Internet⁵. Skoro cisza jest ważną częścią celebracji liturgicznej, nośnikiem tego, co najintymniejsze w celebrowanym misterium Chrystusowej Paschy, to w kontekście liturgii transmitowanej rodzą się pytania o pewne ograniczenia i wyzwania związane z odbiorem ciszy, jak również o jej rolę w budowaniu *sacrum* w mediach.

1. Definicja i znaczenie galenosfery w wychowaniu do mediów według biskupa Adama Lepy

W strukturze mediosfery, czyli przestrzeni medialnej człowieka, galenosfera jest „najmniejszą częścią” i stanowi bardziej środowisko postulowane niż

² Por. J. Sosnowska, *Cisza w mediach audiowizualnych*, „Roczniki Kulturoznawcze” 10 (2019), nr 4, s. 103.

³ A. Lepa, *Galenosfera. Środowisko ciszy*, Łódź 2017, s. 37.

⁴ Por. T. Olearczyk, *Pedagogia ciszy*, Kraków 2010, s. 110–111.

⁵ Por. A. Draguła, *Eucharystia zmediatyzowana. Teologiczno-pastoralna interpretacja transmisji Mszy Świętej w radiu i telewizji*, Zielona Góra 2009, s. 14–15.

rzeczywiste⁶. Galenosfera pozostaje w ścisłej relacji z pozostałymi podstawowymi komponentami mediosfery, czyli logosferą, ikonosferą i sonosferą, i w zależności od stopnia swojego rozwoju może wpływać na nie pozytywnie bądź negatywnie. Na tle całej mediosfery cisza wydaje się zjawiskiem trudno definiowalnym, które nastęrcza człowiekowi wiele trudności w jej zachowywaniu i właściwym rozumieniu⁷. Według biskupa Adama Lepy unikanie hałasu oraz wprowadzanie do swojego życia więcej ciszy i medytacji stanowią jeden z istotnych elementów w zapobieganiu uzależnieniu się od mediów⁸. W przestrzeni medialnej można dziś bowiem doświadczyć potopu i chaosu informacyjnego, intensywności obrazowej i dźwiękowej, co w konsekwencji w sposób negatywny oddziałuje na proces komunikacji, a może nawet prowadzić do stresu informacyjnego⁹. Dynamiczny rozwój mediów audiowizualnych i multimediiów, nieuporządkowane korzystanie z mediów ikonicznych prowadzą często do zaniku wrażliwości na egzystencjalne problemy człowieka, a czasami mogą nawet generować postawę znieczulicy, agresji czy braku empatii¹⁰. Słusznie zauważa kardynał Robert Sarah, iż „dyskredytowanie ciszy przez współczesne społeczeństwo jest symptomem ciężkiej i niepokojącej choroby”¹¹.

Biskup Adam Lepa podaje etymologię używanego przez siebie pojęcia „galenosfera” i wyjaśnia jej rolę na przykładzie środowiska rodziny. Termin ten wywodzi się z języka greckiego i powstał z połączenia ze sobą dwóch słów: *γαλήνη* (cisza) oraz *σφαῖρα* (środowisko). Używa się go zarówno w znaczeniu ścisłym, jak i szerokim. W tym pierwszym odnosi się do takiego środowiska, w którym cisza stanowi wartość akceptowalną, chronioną, w tym drugim

⁶ Mediosfera nie jest jednorodna. Składa się z czterech zasadniczych komponentów: ikonosfery (środowiska obrazu), logosfery (środowiska słowa), sonosfery (środowiska dźwięku) oraz galenosfery (środowiska ciszy), por. A. Lepa, *Funkcja logosfery w wychowaniu do mediów*, Łódź 2003, s. 103; tenże, *Media a postawy*, Łódź 2001, s. 102.

⁷ Por. M. Laskowska, *Teologiczne podstawy wychowania do galenosfery*, „Pedagogia Christiana” 24 (2009), nr 2, s. 141–143.

⁸ Por. Archiwum Archidiecezjalne w Łodzi, Zesp. Spuścizna naukowa bpa A. Lepy, Sygn. SPNBAL 4/10, *Mass media – uzależnienie czy rozwój*, 2003, k. 10.

⁹ Por. J. Sosnowska, *Cisza w mediach audiowizualnych*, dz. cyt., s. 98.

¹⁰ Por. T. Olearczyk, *Pedagogia ciszy*, dz. cyt., s. 125–127.

¹¹ R. Sarah, N. Diat, *Moc milczenia. Przeciw dyktaturze hałasu*, Warszawa 2017, s. 42.

zaś dotyczy całej warstwy ciszy w życiu konkretnego człowieka, w różnych przestrzeniach jego działalności (zakład pracy, szkoła, uniwersytet, miejsca odpoczynku). W znaczeniu szerokim cisza stanowi zasadniczo zjawisko przypadkowe i nie jest wartością dostrzeganą ani cenioną¹². W tym kontekście można mówić o ciszy okazjonalnej i zorganizowanej¹³. Tam, gdzie środowisko ciszy zostaje zorganizowane wspólnym wysiłkiem osób, uzyskuje ona status prymatu. Oznacza to, że dla poszczególnych osób z danego środowiska cisza zajmuje uprzywilejowane miejsce w relacji do pozostałych warstw środowiska człowieka, tj.: logosfery, ikonosfery, sonosfery czy infosfery¹⁴. Istnienie galenosfery jest zatem niezbędne dla prawidłowego i harmonijnego rozwoju logosfery, jak i ikonosfery. W rzeczywistości jednak środowisko ciszy zostaje zdominowane przez inne sfery, co z kolei powoduje negatywne skutki w ich funkcjonowaniu¹⁵.

Według biskupa Adam Lepy można wyodrębnić różnorakie typy galenosfery. W klasyfikacji bierze się pod uwagę różne czynniki: typ środowiska, w którym funkcjonuje galenosfera (np. galenosfera rodziny, miejsca pracy, szpitala, klasztoru), stosunek człowieka do ciszy (galenosfera tolerowana, akceptowana oraz chroniona jako wartość), stopień aktywności jednostki w środowisku ciszy (galenosfera zorganizowana i niezorganizowana), liczbę osób uczestniczących w tymże środowisku (galenosfera jednostki i grupy społecznej) jak również obowiązujące normy porządkowe (galenosfera muzeum, filharmonii, cmentarza, świątyni)¹⁶. Zdaniem łódzkiego teologa i medioznawcy osobną grupę stanowią te formy galenosfery, które odnoszą się do *sacrum*. *Silentium sacrum* – zarówno ze strony celebransa, jak i poszczególnych wiernych – jako znaczący pozawerbalny element liturgii wpisuje się do tej kategorii.

¹² Por. A. Lepa, *Pedagogia galenosfery człowieka*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 20 (2011), s. 156.

¹³ Por. tenże, *Funkcja ciszy w wychowaniu do mediów*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 18 (2009), s. 178.

¹⁴ Por. tenże, *Etyka galenosfery*, „Annales. Etyka w Życiu Gospodarczym” 14 (2011), nr 1, s. 194.

¹⁵ Por. T. Olearczyk, *Pedagogia ciszy*, dz. cyt., s. 126. Według biskupa Adama Lepy galenosfera jest majoryzowana przed wszystkim przez ikonosferę. W przedstawionym schemacie graficznym mediosfery człowieka największy obszar zajmuje ikonosfera, najmniejszy – galenosfera. Por. tenże, *Pedagogia galenosfery człowieka*, dz. cyt., s. 159.

¹⁶ Por. A. Lepa, *Pedagogia galenosfery człowieka*, dz. cyt., s. 157, zob. też tenże, *Galenosfera. Środowisko ciszy*, dz. cyt., s. 16.

Biskup Adam Lepa w swoich opracowaniach dotyczących galenosfery wymienia całą gamę funkcji, jaką spełniają cisza i milczenie w życiu człowieka. Cisza odgrywa jego zdaniem ważną rolę w pracy nad sobą (pogłębienie duchowości), doskonaleniu języka, działalności wychowawczej, a także jako „środowisko” pomaga człowiekowi w jego refleksji nad poczuciem sensu życia¹⁷. Takie ujęcie „funkcyjności” ciszy koresponduje z refleksją innych autorów, którzy z perspektywy poezji, literatury, muzyki i sztuki analizują jej istotę, dostrzegając w niej „kulturowy konstrukt”, wypełniony znaczeniami, znajdujący się w orbicie komunikacji interpersonalnej: językowej, muzycznej, obrazowej i medialnej. Cisza i milczenie w ich ujęciu kryją w sobie olbrzymi potencjał oddziaływań¹⁸. W twórczości literackiej cisza staje się specyficzną formą przedstawienia „obecności Bytu”. W tekstach tego rodzaju od czasu do czasu obserwuje się translokację kompetencji komunikacyjnej z języka werbalnego na język ciszy. Najwymowniejszym przykładem translokacji w literaturze światowej jest *Legenda o Wielkim Inkwizytorze* będącą częścią ostatniej powieści Fiodora Michajłowicza Dostojewskiego pod tytułem *Bracia Karamazow*. Jak zauważa Etela Farkašová, milczenie Chrystusa w dialogu z Inkwizytorem nie jest oznaką pasywnej rezygnacji, ale „gestem skupienia na słowach przeciwnika” czy też wyrazem „empatycznego wnikięcia w jego myśli”. Milczeniu w dziele Dostojewskiego przypisuje się działanie znaczeniotwórcze. W tej optyce staje się ono wartościową alternatywą wobec wypowiedzi werbalnej¹⁹. W rozumieniu wielu artystów cisza nie pozostaje w opozycji do dźwięku, ale raczej kreuje przestrzeń „z ogromnym potencjałem twórczym, z niezmiernymi źródłami energii, która się zbiera i oczyszcza z hałasu”. W takim kontekście wydaje się czymś oczywistym i klarownym wykorzystanie „figur ciszy” czy „sfer milczenia” w celu wyrażenia absolutnej obecności Bytu w sztuce²⁰.

¹⁷ Por. tenże, *Etyka ciszy w edukacji medialnej*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 21 (2012), s. 145–146.

¹⁸ Por. T. Paszkowska, *Silentium – polisemiczna wartość i sprawność. Studium teologiczno-duchowościowe*, Prace Wydziału Teologii 208, Lublin 2020, s. 45–102.

¹⁹ Por. E. Farkašová, *Fenomen ciszy w kontekście (nie tylko) literackim*, „Tekstualia” 19 (2009), nr 4, s. 123–124.

²⁰ Tamże, s. 125.

W swoich publikacjach poświęconych znaczeniu ciszy w życiu człowieka biskup Adam Lepa odwołuje się do świata filmu, przywołując dokument *Wielka Cisza* Philipa Gröninga z 2005 roku. Dzieło, pozbawione praktycznie tekstu słownego, zostało pomyślane jako „apoteoza ciszy”, o czym świadczy jego motto: „Tylko w nieskończonej ciszy można zacząć słyszeć. Tylko tam, gdzie nie ma słów, można zacząć widzieć”²¹. W tym pełnometrażowym, trwającym 169 minut obrazie reżyser przedstawia codzienność położonej we francuskich Alpach Zachodnich Wielkiej Kartuzji, gdzie cisza będąca wyznacznikiem życia członków zakonu kartuzów, obecna w trzech zasadniczych wątkach ich egzystencji: samotnej kontemplacji, modlitwie i pracy, pozwala nawiązać osobową relację z Bogiem²². W pustelnicznym życiu kartuzów, którzy na tym świecie podejmują próbę życia „jakby między śmiercią a zmartwychwstaniem”, wybór ciszy jest podyktowany pragnieniem upodobnienia ich bytu do świata nadprzyrodzonego, którego tu nie słychać²³.

W ujęciu galenosfery według biskupa Adama Lepy jej struktura jest tym czynnikiem, który w sposób znaczący wpływa na funkcjonowanie środowiska ciszy. Oddziaływanie tego środowiska dokonuje się w dość rozległym przedziale czasowym, przez co w sposób skuteczny i systematyczny wpływa ono na te same elementy ludzkiej psychiki. Galenosfera składa się z dwóch rodzajów elementów. Można w jej strukturze wyodrębnić zarówno składniki statyczne, jak i dynamiczne. Te pierwsze, jak wynika z ich nazwy, nie wywierają bezpośredniego wpływu na jej funkcjonowanie, ale w jakimś stopniu mogą się do tego przyczynić. Łódzki teolog i medioznawca wychodzi z założenia, że siłą napędową procesu aktywizacji galenosfery stają się drugie z wymienionych składników, określane mianem „dynamicznych”. Wśród kategorii elementów tworzących strukturę galenosfery wyodrębnia się dwie grupy składników: te, które w sposób bezpośredni uczestniczą we współtworzeniu środowiska ciszy, oraz te, które przyczyniają się do jego

²¹ Por. A. Lepa, *Galenosfera. Środowisko ciszy*, dz. cyt., s. 14; tenże, *Pedagogia galenosfery człowieka*, dz. cyt., s. 158.

²² Por. M. Nalepa, *Milczenie – gest, obraz, dźwięk*, „Bibliotekarz Podlaski” 45 (2019) nr 4, s. 369.

²³ Por. I. Smentek, *Świętych obcowanie na przykładzie zakonu kartuzów*, „Warszawskie Studia Teologiczne” 27 (2014), nr 2, s. 284.

utrwalenia. W przedstawianym w publikacjach biskupa Lepy schemacie graficznym dynamicznych składników środowiska ciszy człowieka pierwsze z nich znajdują się ponad pogrubioną linią środkową okręgu, natomiast te drugie – poniżej linii środkowej. Do pierwszych zalicza się: postawę wyciszenia, koncentrację myśli i emocji, skupienie wewnętrzne i sztukę milczenia, do drugich zaś: kulturę słowa, eliminowanie hałasu, tworzenie atmosfery sprzyjającej ciszy oraz modlitwę o ciszę²⁴.

Według Adama Lepy ze względu na fakt, iż współczesny człowiek jest zanurzony w hałasie ponowoczesności, wychowanie do ciszy powinno stać się zadaniem priorytetowym w pedagogii rodzinnej, gdyż staje się ona inspiracją do dialogu i jest niezbędna w samym procesie percepcji mediów²⁵. W tym kontekście dużego znaczenia nabiera pedagogika mezologiczna, która upowszechnia wiedzę o środowisku i jego roli w wychowaniu, w relacjach międzyludzkich oraz w edukacji medialnej. Domeną specyficzną tej pedagogiki jest uczenie umiejętności prawidłowego organizowania środowiska²⁶. W analizowanym przypadku chodziłoby o takie organizowanie środowiska ciszy, aby stała się ona bezcennym czynnikiem w procesie wychowania, tak jak można to zaobserwować w przypadku logosfery, czyli środowiska słowa.

Zdaniem biskupa Lepy jednym z mankamentów współczesnej pedagogii jest niewątpliwie niepodejmowanie kwestii wychowania „do ciszy” i „przez ciszę”²⁷. Dlatego, jak słusznie zauważa Teresa Olearczyk, potrzeba dziś podjęcia poważnej refleksji nad zagadnieniem pedagogicznego i kulturotwórczego wymiaru ciszy, która staje się przestrzenią działalności komunikacyjnej i edukacyjnej. Uwzględnienie galenosfery wydaje się szczególnie istotne w procesie wzrastania młodego człowieka i w kształtowaniu jego dojrzałej osobowości²⁸. Głównym celem wychowania w ciszy jest nabywanie umiejętności wewnętrznego skupienia się i koncentracji. Biskup Lepa,

²⁴ Por. A. Lepa, *Modlitwa a deficyt ciszy*, „Edukacja, Teologia i Dialog” 7 (2010), s. 13–25; tenże, *Pedagogia galenosfery człowieka*, dz. cyt., s. 161.

²⁵ Por. tenże, *Galenosfera. Środowisko ciszy*, dz. cyt., s. 35–41.

²⁶ Por. tenże, *Dlaczego pedagogika mezologiczna?*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 16 (2007), s. 136.

²⁷ Por. tenże, *Pedagogia galenosfery człowieka*, dz. cyt., s. 164.

²⁸ Por. T. Olearczyk, *Pedagogia ciszy*, dz. cyt., s. 147–148.

podejmując refleksję nad postawą wyciszenia, zaznacza, że ułatwia ona jednostce podejmowanie decyzji związanych z selektywnym odbiorem mediów, ale także przyczynia się do pracy nad charakterem i pogłębianiem życia duchowego²⁹.

Dominacja obrazu może stać się przeszkodą i utrudnieniem w procesie wychowania młodego człowieka do odbioru mediów. W takiej sytuacji należałoby skoncentrować się nad rozwijaniem u niego logosfery i galenosfery, widząc w nich przeciwwagę dla dążącej do prymatu ikonosfery³⁰.

Powyższe refleksje biskupa Lepy dotyczące środowiska ciszy i potrzeby wychowania do ciszy wydają się istotne także z punktu widzenia organizacji liturgicznej galenosfery – nie tylko w kontekście liturgii w ścisłym znaczeniu tego słowa, czyli jako uczestnictwa w sakramentalnym rycie, ale także biorąc pod uwagę jej zapośredniczoną formę, jaką jest np. transmisja Mszy Świętej w radiu, telewizji czy w Internecie, gdzie przekazywanie informacji w coraz bardziej wydajnym streamingu danych podlega reżyserii kierującego transmisją. Dlatego też w dalszej części opracowania ukażę rolę milczenia w liturgii, a także wpływ technologii cyfrowej na jego odbiór w liturgii „zmediatyzowanej”.

2. Znaczenie liturgicznej galenosfery w formacji do liturgii i przez liturgię

W eklezjalnej przestrzeni liturgicznej ważną rolę odgrywa obecność audiosfery. Tworzą ją: sonosfera (mowa, śpiew, muzyka) oraz galenosfera (adoracja, medytacja, modlitwa czuwania)³¹. Na pierwszy rzut oka wydawać by się mogło, że ta pierwsza przysłania istnienie drugiej, tymczasem pozostają one w ścisłej korelacji. Milczenie zajmuje bowiem „miejsce bezwzględnie ważne” pośród gestów i słów, z których utkana jest celebracja

²⁹ Por. A. Lepa, *Galenosfera. Środowisko ciszy*, dz. cyt., s. 43.

³⁰ Por. Archiwum Archidiecezjalne w Łodzi, Zesp. Spuścizna naukowa bpa A. Lepy, Sygn. SPNBAL 4/13, Nowa ikonosfera a wychowanie do mediów.

³¹ Por. T. Paszkowska, *Silentium – polisemiczna wartość i sprawność...*, dz. cyt., s. 255.

liturgiczna³². Luis Maldonado zauważa, iż gest jest często stosowany tam, gdzie słowa nie są w stanie oddać wszystkiego, co ma być przekazane. Według niego język gestów pozostaje raczej po stronie ciszy i pewnego apofatyizmu. W optyce relacji, jakie tworzą się w trójmianie gest–cisza–słowo, „apofatyczna cisza jest właściwym klimatem doświadczenia religijnego i najlepszym gruntem dla pojawienia się prawdziwego, istotnego, brzemiennego słowa”³³. Z kolei Giorgio Bonaccorso wychodzi z założenia, iż liturgia, obrzęd i samo doświadczenie religijne podlegają rytmowi ciszy–słowa, który jest wpisany w najgłębszą naturę człowieka. W kategoriach pragmatyczno-komunikacyjnych cisza jest tym elementem liturgii, który tak nadaje właściwą dynamikę słowu, że ograniczenie werbalnej inwazyjności spowodowane milczeniem zawsze wyraża uznanie i postawę szacunku wobec Innego, będącego w obrzędzie religijnym tą samą przestrzenią, co *sacrum*. W tym kontekście staje się jasne, że słowo i cisza pozostają rzeczywistościami komunikacyjnymi w dwubiegunowym wymiarze. Inaczej rzecz ujmując, są one dialektycznymi częściami głębokiej jedności, czyli symbolu, który skupia w sobie niczym w soczewce nieskończoną podwójną moc ciszy i słowa³⁴.

Na tym tle niezwykle trafne wydają się konkluzje, jakie w kwestii natury teologicznej *silentium sacrum* wysuwa Achille Maria Triacca: „cisza w liturgii nie jest ceremonią ani przerwą w celebracji”, ale raczej stanowi wejście w serce celebracji liturgicznej. Nie mamy w tym przypadku do czynienia z jakimś impasem, ale punktem kulminacyjnym wskazującym na obecność i działanie Ducha Świętego ożywiającego całą akcję celebracji. Triacca uwypukla dynamizm pneumatologiczny milczenia liturgicznego. W perspektywie liturgicznej cisza staje się zatem wezwaniem do otwartości na Trzecią Osobę Trójcy Świętej. Pozwolenie na wypełnienie się ciszą umożliwia usłyszenie Go, poddanie się

³² Por. Franciszek, List apostolski *Desiderio desideravi* (29.06.2022), Pallottinum 2022, nr 52 (dalej DD).

³³ L. Maldonado, *Como se celebra. Elementos y dinamismo de la celebración*, w: *La celebración en la Iglesia*, vol. I: *Liturgia y sacramentología fundamental* (Lex Mundi 57), red. D. Borobio, Salamanca 2006, s. 289: „El silencio apofático es el clima propio de la experiencia religiosa y el terreno mejor abonado para que surja la palabra verdadera, esencial, pregnante” (tłum. własne).

³⁴ Por. G. Bonaccorso, *Il rito e l'altro. La liturgia come tempo, linguaggio e azione*, Città del Vaticano 2012², s. 205–209.

Jego mocy oraz bycie posłusznym natchnieniom Ducha. Cisza adoracji i kontemplacji uzdalnia człowieka do przyjęcia słowa Bożego i jest pierwszym krokiem, aby słowem Pana żyć w codzienności³⁵. Ta intuicja pneumatologiczna w określeniu roli ciszy w celebracji liturgicznej, która w publikacjach Triakki wybrzmiała w sposób szczególny, wydaje się, że osiąga swoje apogeum w liście apostolskim *Desiderio desideravi*. Papież Franciszek – dostrzegając w milczeniu liturgicznym, stanowiącym kulminację następstwa obrzędów, „symbol obecności i działania Ducha Świętego” – przypisuje mu moc „wyrażania Jego wielopostaciowego działania”³⁶. Hiszpański liturgista Juan Javier Flores Arcas w swojej refleksji nad teologią liturgiczną stanowiącą fundament tego dokumentu papieskiego dochodzi do konkluzji, iż milczenie i słuchanie stanowi warunek *sine qua non* doświadczenia głębokiej komunii z drugim człowiekiem. W liturgii będącej bez wątpienia darem Pana i zakładającej osobową relację z Wcielonym Synem Bożym jawi się ono jako element konieczny w procesie wzrostu wiary³⁷, gdyż ukierunkowuje członków zgromadzenia liturgicznego na wymiar mistyczny *actio divina*, dla zmysłów nieuchwytny³⁸. Tam, gdzie brakuje troski zarówno ze strony duchowieństwa, jak i wiernych świeckich o symboliczny gest milczenia, w którym „Duch nadaje nam kształt”³⁹, może pojawić się niebezpieczeństwo sprowadzenia liturgii do „zwykłej, ludzkiej gry” bądź zastąpienia *actio Dei* autocelebracją ludzką⁴⁰. Bez zachowania *silentium sacrum* w przewidzianych przez prawo liturgiczne momentach sama akcja obrzędowa wydaje się jakby pozbawiona naturalnego dla niej rytmu, stając się w ten sposób „duszającą i ogłuszającą”⁴¹.

Chwile milczenia, których powinno się przestrzegać „w odpowiednim czasie”⁴² są niczym swego rodzaju „przęsło między tym, co osobiste,

³⁵ Por. A. M. Triacca, *Lo Spirito Santo nella liturgia e nella vita della Chiesa*, Monumenta Studia Instrumenta Liturgica 62, Città del Vaticano 2011, s. 51–52.

³⁶ DD 52.

³⁷ Por. J. J. Flores Arcas, *La teología litúrgica, fundamento de Desiderio desideravi*, „Pastoral Litúrgica” 379 (2023), s. 45.

³⁸ Por. T. Paszkowska, *Silentium – polisemiczna wartość i sprawność...*, dz. cyt., s. 256.

³⁹ DD 52.

⁴⁰ Por. R. Sarah, N. Diat, *Bóg albo nic. Rozmowa o wierze*, Warszawa 2016, s. 402.

⁴¹ R. Falsini, *Gesty i słowa Mszy Świętej*, Kraków 2022², s. 155.

⁴² KL 30.

a tym, co wspólnotowe⁴³ oraz pozostają w relacji służebnej do uobecnianego w liturgii misterium. Odwołując się do myśli Odo Casela, biskup Wacław Świerzawski słusznie zauważa, że „cała liturgia jest Logosem, który rodzi się z mistycznego milczenia Boga i przekazuje treść tego milczenia człowiekowi, by mógł i on z kolei w nim się zanurzyć⁴⁴. Wierność przepisom liturgicznym w zakresie zachowania *silentium* (pojmowanego duchowo, a nie legalistycznie) podczas obrzędów Mszy Świętej przyczynia się do wydobycia mocy z misterium Chrystusowej Paschy⁴⁵. W tym kontekście można mówić o pedagogicznej funkcji milczenia w liturgii, gdyż angażuje ono jednostkę w obiektywną rzeczywistość sprawowanego misterium⁴⁶. Formowanie duchowieństwa i wiernych świeckich do umiejętnego stosowania milczenia podczas Eucharystii wydaje się zatem czymś zasadniczym i niezbędnym, aby „nie ogołocić zgromadzenia z tego, co mu się należy, czyli z misterium paschalnego celebrowanego zgodnie z obrzędami, które ustanawia Kościół⁴⁷”.

Ojciec Święty Franciszek w liście *Desiderio desideravi* wskazuje na ciszę i milczenie jako ważny i nieodzowny komponent w strukturze Mszy Świętej, wyznaczający „każdą chwilę jej rytualnego rozwoju” i ożywiający całą akcję celebracji⁴⁸. Natura i funkcje milczenia liturgicznego są zależne od jego lokalizacji w strukturze danej celebracji liturgicznej⁴⁹. W publikacjach naukowych poświęconych *silentium sacrum* wyróżnia się cztery typy milczenia: refleksyjne (skupiające), interioryzujące, medytacyjne i adoracyjne.

Z pierwszym rodzajem milczenia, które w odnowionej liturgii przybiera różne formy związane z wieloma aspektami tradycji, spotkać się można zarówno na początku obrzędu, jak i w modlitwach prezydenjalnych, gdzie

⁴³ A. Sielepin, *Milczenie w liturgii specyficzną „przestrzenią” uczestnictwa w misterium*, w: *Liturgia w podstawowych formach wyrazu*, Kościół w Trzecim Tysiącleciu 9, red. A. Żądło, Katowice 2011, s. 81.

⁴⁴ W. J. Świerzawski, *Milczenie w liturgii*, w: *Mysterium Christi*, t. 1: *Fundamentalne rzeczywistości liturgii*, red. W. Świerzawski, Zawichost–Kraków–Sandomierz 2012, s. 231.

⁴⁵ Por. T. Paszkowska, *Silentium – polisemiczna wartość i sprawność...*, dz. cyt., s. 263.

⁴⁶ Por. A. Sielepin, *Milczenie w liturgii specyficzną „przestrzenią” uczestnictwa w misterium*, dz. cyt., s. 81.

⁴⁷ DD 23.

⁴⁸ DD 52.

⁴⁹ Por. W. Bartocha, *Galenosfera w liturgii*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 32 (2023) nr 2, s. 18.

zgromadzenie liturgiczne zostaje zaproszone do modlitwy w ciszy⁵⁰. W tym pierwszym przypadku formą najbardziej uroczystą jest prostracja rozpoczynająca akcję liturgiczną Wielkiego Piątku, będąca znakiem szacunku, pokory i skruchy w ich najpełniejszej ekspresji⁵¹. Leżący krzyżem celebrans – jak trafnie zauważa José Aldazábal – jest żywym portretem człowieka skupionego na modlitwie, korzającego się z głęboką wiarą przed Tajemnicą, którą ma celebrować⁵². Zachowanie milczenia przez zgromadzenie liturgiczne podczas wejścia kapłana i usługujących oraz obrzędu prostracji pozwala uczestnikom liturgii wielkopiątkowej uświadomić sobie własną nieskończoną małość i grzeszność w obliczu Boga – Człowieka, który umarł na krzyżu dla naszego zbawienia – oraz wciąż na nowo odkrywać prawdę, że tylko On może nas podnieść z upadków⁵³. Milczenie skupiające jest przewidziane także w obrzędzie ostatniego pożegnania, który ma miejsce po Mszy pogrzebowej, zanim ciało zostanie wyniesione ze świątyni i pogrzebane⁵⁴. Tego rodzaju milczenie jest także wpisane w strukturę obrzędu pojednania wielu penitentów z indywidualną spowiedzią i rozgrzeszeniem. W obrzędach wstępnych po pozdrowieniu wiernych, krótkim wprowadzeniu ich w nabożeństwo kapłan wzywa wszystkich do cichej modlitwy i po chwili milczenia sam odmawia modlitwę⁵⁵.

Druga forma milczenia refleksyjnego (skupiającego czy też uświadamiającego) pojawia się m.in. w strukturze kolekty, pomiędzy wezwaniem ludu do modlitwy a wygłoszeniem oracji⁵⁶. Chwila milczenia pozwala

⁵⁰ Por. D. Sartore, *Silenzio*, w: *Liturgia*, red. D. Sartore, A. M. Triacca, C. Cibien, Cinisello Balsamo (Milano) 2001, s. 1869–1870.

⁵¹ Por. *Mszal rzymski dla diecezji polskich*, Poznań 2013, s. 133; *Ceremoniał liturgicznej postęgi biskupów*, Katowice 2013, nr 316.

⁵² Por. J. Aldazábal, *Gestos y símbolos*, Barcelona 2014, s. 157–158.

⁵³ Por. D. Forstner, *Świat symboliki chrześcijańskiej. Leksykon*, Warszawa 2001, s. 18.

⁵⁴ Por. *Obrzędy pogrzebu dostosowane do zwyczajów diecezji polskich*, Katowice 1998, nr 10.

⁵⁵ Por. *Obrzędy pokuty dostosowane do zwyczajów diecezji polskich*, Katowice 2007, nr 23.

⁵⁶ *Ogólne wprowadzenie do Mszału rzymskiego z trzeciego wydania Mszału rzymskiego* (dalej=OWMR), w: *Ogólne wprowadzenie do Mszału rzymskiego z trzeciego wydania Mszału rzymskiego, Wprowadzenie do drugiego wydania Lekcjonarza mszalnego, Ogólne normy roku liturgicznego i kalendarza*, Poznań 2022, nr. 45 i 54.

wszystkim członkom zgromadzenia liturgicznego uświadomić sobie, że stoją w obliczu Boga, i daje im możliwość wyrażenia w sercu swoich próśb. Czas przeznaczony na milczenie nie powinien być ani zbyt krótki, gdyż uniemożliwiłoby to wiernym koncentrację, ani zbyt długi, aby nie zaburzyć rytmu celebracji. Cisza wpisana w strukturę kolekty sprzyja aktywnemu uczestnictwu, zwłaszcza wewnętrznemu⁵⁷, oraz „pobudza uczestników liturgii do skupienia i ożywienia świadomości wiary”⁵⁸.

Milczenie interioryzujące (przyswajające) ułatwia członkom zgromadzenia liturgicznego przyswajanie słowa i jednoczenie się z nim. Ten rodzaj milczenia jest charakterystyczny dla wielkich modlitw prezydenckich⁵⁹. Najczęstszym przykładem tego świętego milczenia jest modlitwa eucharystyczna będąca ośrodkiem i szczytem całej celebracji. Podczas wypowiedziania przez kapłana jej słów zgromadzenie wiernych zachowuje pełne czci skupienie⁶⁰. *Silentium sacrum* jest w tym przypadku zgodą na przyjęcie misterium *hic et nunc*⁶¹ przez „całą wspólnotę” jako celebransę liturgii⁶². Ogrywa ono zatem ważną rolę w procesie „kształtowania jednej, Chrystusowej intencji, przygotowującej do wspólnej ofiary, oddania się całkowitego Ojcu, które w ramach liturgii ma miejsce w pełni po przeistoczeniu”⁶³. Ten rodzaj milczenia można odnaleźć także w liturgii święceń (podczas modlitwy święceń), w Mszy Krzyżma, w obrzędach profesji zakonnej i konsekracji dziewic⁶⁴.

⁵⁷ Por. V. Raffa, *Liturgia eucaristica. Mistagogia della Messa: dalla storia e dalla teologia alla pastorale pratica. Nuova edizione ampiamente riveduta e aggiornata secondo l'editio typica tertia del Messale Romano*, Biblioteca „Ephemerides Liturgicae”, „Subsidia” 100, Roma 2011, s. 302–303.

⁵⁸ A. Sielepin, *Milczenie w liturgii specyficzną „przestrzenią” uczestnictwa w misterium*, dz. cyt., s. 85.

⁵⁹ Por. D. Sartore, *Silenzio*, dz. cyt., s. 1870.

⁶⁰ Por. Kongregacja ds. Kultu Bożego, Okólnik *Eucharistiae participationem* (27.04.1973), „Acta Apostolicae Sedis” 65 (1973) nr 6, s. 343; zob. OWMR 78.

⁶¹ Por. F. M. Arocena, A. Portolés, *L'arte di celebrare l'Eucaristia. Nel giardino della Pasqua*, Biblioteca di Formazione Sacerdotale 10, Roma 2023, s. 143.

⁶² KKK 1140.

⁶³ A. Sielepin, *Milczenie w liturgii specyficzną „przestrzenią” uczestnictwa w misterium*, dz. cyt., s. 86.

⁶⁴ Por. D. Sartore, *Silenzio*, dz. cyt., s. 1870; W. Bartocha, *Galenosfera w liturgii*, dz. cyt., s. 19–20.

Szczególne znaczenia nabiera ona zwłaszcza podczas wykonywania gestu nałożenia rąk w liturgii święceń trzech stopni⁶⁵ i sakramentu namaszczenia chorych⁶⁶. W tym ostatnim przypadku milczenie, które towarzyszy nałożeniu rąk na chorego, i jego lokalizacja w strukturze celebracji zaraz po modlitwie litanijnej wpisują się w ekonomię tego sakramentu, pomagając zaprojektować architekturę modlitwy wiary, którą powinien wzbudzić ten, kto udziela sakramentu, i ten, kto go przyjmuje⁶⁷.

Trzeci rodzaj milczenia, czyli milczenie medytacyjne, jest charakterystyczne przede wszystkim dla liturgii słowa (przed czytaniem, między czytaniem i po homilii). Pobudza ono do słuchania słowa i modlitwy⁶⁸, ułatwia członkom zgromadzenia liturgicznego przyjęcie Słowa oraz prowadzi ich do pełnej komunii z Chrystusem, który jest żywym Słowem Ojca⁶⁹. Milczenie i milczące skupienie posiadają zatem istotne znaczenie w procesie transmisji i asymilacji słowa Bożego. Człowiek może być ślepy i głuchy na „duszę” słowa odsłaniającego przed nim tajemnicę architektury misterium paschalnego Chrystusa⁷⁰. W tym kontekście powinien wybrzmieć istotny postulat formacji liturgicznej zakładającej wprowadzenie w ten wewnętrzny proces. Trzeba bowiem mieć świadomość tego, że odkrycie na nowo wartości słowa Bożego i jego centralnej roli w życiu eklezjalnym pociąga za sobą odkrycie sensu *silentium sacrum* w jego wymiarze zarówno wewnętrznym, jak i zewnętrznym⁷¹.

Ostatnim rodzajem milczenia z zaproponowanej typologii jest milczenie adoracyjne, przewidziane m.in. w obrzędach Komunii Świętej. Po jej

⁶⁵ Por. *Obrzędy święceń biskupa, prezbiterów i diakonów*, Katowice 2019, nr 7: „W czasie nakładania rąk wierni modlą się w milczeniu, w modlitwie zaś uczestniczą przez słuchanie jej i potwierdzenie końcową aklamacją”.

⁶⁶ Por. *Sakramenty chorych. Obrzędy i duszpasterstwo*, Katowice 2015, nr 97: „Kapłan w milczeniu kładzie ręce na głowę chorego. Jeżeli jest obecnych kilku kapłanów, każdy z nich może nałożyć ręce na chorego”.

⁶⁷ Por. G. Cavalli, *L'imposizione delle mani nella tradizione della Chiesa latina. Un rito che qualifica il sacramento*, Roma 1999, s. 212.

⁶⁸ DD 52.

⁶⁹ Por. W. Bartocha, *Galenosfera w liturgii*, dz. cyt., s. 20.

⁷⁰ Por. W. J. Świerzawski, *Milczenie w liturgii*, dz. cyt., s. 236.

⁷¹ Por. Benedykt XVI, *Posynodalna adhortacja apostolska „Verbum Domini”*, Poznań 2010, nr 66.

rozdaniu, w zależności od okoliczności, kapłan i wierni przez pewien czas modlą się w ciszy bądź całe zgromadzenie liturgiczne wykonuje psalm, inną pieśń pochwalną lub hymn⁷². *Silentium sacrum* dopuszczone przez prawodawstwo liturgiczne w tym miejscu liturgii eucharystycznej ma na celu wychwalanie Boga w sercu i modlitwę do Niego⁷³. Skoro liturgia słowa i liturgia eucharystyczna stanowią jednak akt kultu⁷⁴, to wydaje się logiczne, że po doświadczeniu milczenia sprzyjającego przyswojeniu zwerbalizowanego Logosu następuje milczenie właściwe dla przyjęcia Logosu eucharystycznego. Milczenie po Komunii, będące aktem adoracji Boga i orientujące człowieka ku jego przyszłości eschatologicznej, jest wyrazem zdumienia wobec nadprzyrodzoności osiadającej w naszej naturze⁷⁵. Ten typ milczenia występuje również podczas adoracji Najświętszego Sakramentu *extra missam* oraz w liturgii Męki Pańskiej w Wielki Piątek jako element integralny w obrzędzie adoracji Krzyża⁷⁶.

Powyższe rodzaje milczenia i charakterystyczną dla każdego z wyróżnionych typów specyfikę powinno się uwzględnić w procesie wychowania do liturgii i przez liturgię. W tym ostatnim przypadku w trosce o *ars celebrandi* należałoby się zatroszczyć o to, aby w pośpiechu i rutynie nie zagubić wartości *silentium sacrum*, która – zachowana zgodnie z przepisami liturgicznymi – nadaje właściwą dynamikę całej celebracji, ożywia akcję oraz sprawia, że „Duch nadaje nam kształt”⁷⁷. W tej perspektywie staje się zrozumiałe, jak ważną rolę ogrywają zarówno składniki dynamiczne, jak i statyczne galenosfery wyróżnione przez biskupa Adama Lepę we właściwym zachowaniu dynamizmu, który cechuje liturgię. Tworzenie atmosfery sprzyjającej ciszy, unikanie hałasu, modlitwa o ciszę, a także postawa wyciszenia oraz skupienie wewnątrz i sztuka milczenia – to wszystko razem przyczynia się do skuteczności dynamiki symbolicznego języka liturgii, który zakłada ze swej natury życiodajną symbiozę pomiędzy ciszą a słowem.

⁷² Por. OWMR 88, 164.

⁷³ Por. OWMR 45.

⁷⁴ KL 56.

⁷⁵ Por. F. M. Arocena, A. Portolés, *L'arte di celebrare l'Eucaristia...*, dz. cyt., s. 143–144.

⁷⁶ Szerzej na ten temat zob. W. Bartocha, *Galenosfera w liturgii*, dz. cyt., s. 21–22.

⁷⁷ DD 52.

3. Liturgiczne *silentium sacrum* w kontekście „partypacji” w liturgii transmediowanej

Celebracja liturgiczna jest utkana ze znaków i symboli, w tym także z *silentium sacrum*. Znaki w liturgii jawią się jako *katabasis* i są podstawą bosko-ludzkiej komunikacji interpersonalnej. Ze swojej natury wchodzą w zakres percepcji zmysłowej człowieka i prowadzą go do uchwycenia sensu rzeczywistości niewidzialnej, nadprzyrodzonej. O ile znaki są objawieniem działającego Boga, o tyle symbole pozostające w relacji służebnej do nich pomagają człowiekowi dostrzec i zrozumieć ich istotę. Te drugie stają się zatem na płaszczyźnie liturgii objawieniem tajemnicy wnętrza człowieka, np. zmian ontycznych zachodzących w nich w wyniku przyjęcia sakramentu⁷⁸. Język liturgii charakteryzuje się polimodalnością, gdyż składa się z wielu integralnie połączonych ze sobą kodów: werbalnego, gestycznego, proksemicznego, muzycznego, wizualnego. Komunikacja w tym języku dokonuje się również za pomocą smaku i zapachu. Zasadniczą jego funkcją nie jest w pierwszym rzędzie przekazywanie informacji, ale sprawianie rzeczywistości zbawczej, co dokonuje się dzięki anamnezie będącej wspomnieniem uobecniającym misteria życia wcielonego Syna Bożego. Fundamentalnym wymiarem liturgii jest zatem jej performatywność⁷⁹.

W kontekście teologicznej refleksji nad naturą liturgii i właściwym dla niej językiem pojawia się pytanie, w jaki sposób telewizja czy nowoczesne technologie wirtualne wpływają na jej przekaz w sytuacji zapośredniczenia poprzez media. To pytanie z kolei generuje następne pytania związane z realną obecnością Chrystusa, sakramentalnością czy też spełnieniem wymogu fizycznej i moralnej jedności ze zgromadzeniem liturgicznym w przypadku transmisji odbywających się przy zastosowaniu różnego rodzaju technologii kodowania i przesyłania danych. Te podstawowe pytania prowadzą z kolei do postawienia tych bardziej szczegółowych, odnoszących się do konkretnych elementów liturgii, takich jak milczenie. Mając na względzie ograniczenia współczesnych technologii, jeśli chodzi o możliwości uchwycenia i przekazania

⁷⁸ Por. J. Nowak, *Znak a poszukiwania nowych symboli uczestnictwa w liturgii*, „Studia Theologica Varsaviensia” 49 (2011), nr 1, s.12–18.

⁷⁹ Por. A. Draguła, *Czy istnieje dostosowana liturgia misyjna? Spór o komunikatywność liturgii*, „Colloquia Theologica Ottoniana” 36 (2020), s. 81.

tęgo, co w liturgii kryje się pod pojęciem *silentium sacrum*, należałoby się zastanowić, co można uczynić, aby media – zamiast neutralizować ciszę – mogły ją uczynić przestrzenią epifanii Boga przychodzącego do ludzi nie w wichurze, trzęsieniu ziemi lub w ogniu, ale w „szmerze łagodnego powiewu”⁸⁰.

Zanim zostanie udzielona odpowiedź na postawione wyżej pytanie, należy najpierw wskazać na odrębność języka liturgii od języka mediów, która ma swoje reperkusje na płaszczyźnie sakramentalno-ontologicznej. W dokumencie Papieskiej Rady ds. Środków Społecznego Przekazu pt. *Kościół a Internet* w sposób wyraźny uwypukla się tę odmienną. Znajduje to swoje odzwierciedlenie w następującej konkluzji:

Rzeczywistość wirtualna nie jest zamiennikiem Realnej Obecności Chrystusa w Eucharystii, sakramentalnej rzeczywistości innych sakramentów i współdziałaniu w kulcie sprawowanym żywej wspólnoty. W Internecie nie ma sakramentów; a nawet doświadczenia religijne, możliwe w nim dzięki łasce Boga, nie są wystarczające w oderwaniu od współdziałania z innymi wiernymi w świecie rzeczywistym⁸¹.

Tę samą optykę w spojrzeniu na kwestię kryteriów uczestnictwa w liturgii można odnaleźć w *Dyrektorium Konferencji Episkopatu Polski w sprawie celebracji Mszy świętej transmitowanej przez telewizję*. W dokumencie tym po uwypukleniu wszystkich duchowych korzyści, jakie niesie transmisja telewizyjna, stwierdza się jednoznacznie, że „oglądanie Mszy Świętej w telewizji nie jest tym samym, co bezpośrednie uczestnictwo”⁸², które zakłada „fizyczną obecność wiernego w zgromadzeniu liturgicznym”⁸³. Prawda o tym, iż Eucharystia jest doświadczeniem zmysłowym angażującym całą osobę ludzką: jej umysł, ducha

⁸⁰ Por. 1 Krl 19,11–13; K. Romaniuk, *Spokój, milczenie i cisza według Biblii*, Warszawa 1993, s. 80–82.

⁸¹ Papieska Rada ds. Środków Społecznego Przekazu, *Kościół a Internet*, nr 9, https://opoka.org.pl/biblioteka/W/WR/rady_pontyfikalne/r_komunik_spol/kosciol_internet_22022002.html [dostęp: 20.01.2025].

⁸² *Dyrektorium Konferencji Episkopatu Polski w sprawie celebracji Mszy Świętej transmitowanej przez telewizję* (dalej DMŚTT), w: „Akta Konferencji Episkopatu Polski” 29 (2017), nr 7.

⁸³ DMŚTT 14.

i ciało, została ostatnio przypomniana także w dokumencie *Ku pełnej obecności* wydanym przez Dykasterię ds. Komunikacji. W zamieszczonej tam refleksji duszpasterskiej na temat zaangażowania w media społecznościowe odnaleźć można bardzo ważną z punktu widzenia naszych rozważań tezę: „Eucharystia nie jest czymś, co możemy po prostu «ogłądać»; jest prawdziwym pokarmem”⁸⁴.

Bruno Cescon, zestawiając ze sobą te dwie rzeczywistości – Mszę Świętą sprawowaną w kościele z Mszą „cyfrową” (*digitale*), czyli transmitowaną przez Internet – dochodzi do trafnego wniosku, że o ile ta pierwsza jest dziełem Bożym (*opus divina*), o tyle ta druga jest pewnym spojrzeniem na liturgię, rzeczywistością przedstawioną przez kogoś innego, kto może wpływać na przekaz docierający do odbiorcy. W przypadku internetowej transmisji Eucharystii ma się zatem do czynienia z metajęzykiem, który zakłada przejście od języka właściwego dla liturgii do języka cyfrowego. Ten ostatni posiada cechy fikcyjnej, symulacyjnej reprezentacji, właściwej spektaklowi⁸⁵. Czas, przestrzeń i cielesność stanowią podstawowe języki chrześcijańskiej celebracji. W liturgii transmitowanej brakuje natomiast fizycznej obecności i czasowej ciągłości, a przestrzeń, w której znajduje się jej odbiorca, nie jest przestrzenią liturgiczną, ani on nie jest członkiem zgromadzenia liturgicznego. Łatwość, z jaką rekompensowana jest ta istotna z punktu widzenia sakramentalno-eklezyjologicznego strata, może prowadzić do iluzji. Wydaje się ona o tyle niebezpieczna, że może generować mechanizm przyzwyczajania, w którym różnica pomiędzy dwiema formami obecności i „uczestnictwa” nie będzie już dostrzegalna dla odbiorcy liturgii transmitowanej. Może on nawet postawić znak równości pomiędzy liturgią w kościele parafialnym i jej transmisją, którą ogląda w swoim domu, nie dostrzegając, że bogactwo językowe liturgii – będącej doświadczeniem angażującym wszystkie zmysły ciała w osobiste i wspólnotowe spotkanie z Panem – w procesie komunikacji cyfrowej siłą rzeczy zostaje zredukowane i zubożone przez medium audiowizualne⁸⁶.

⁸⁴ Dykasteria ds. Komunikacji, *Ku pełnej obecności. Refleksja duszpasterska na temat zaangażowania w media społecznościowe*, nr 61, https://www.vatican.va/roman_curia/dpc/documents/20230528_dpc-verso-piena-presenza_pl.html#_ftn34.

⁸⁵ Por. B. Cescon, *La liturgia nel postmoderno*, Città del Vaticano 2012, s. 209.

⁸⁶ Por. P. Tomatis, *Liturgia registrata e trasmessa*, w: *Liturgia „virtuale”? „Virtual” liturgy? Atti del XII Congresso Internazionale di Liturgia Roma, Pontificio Ateneo sant’Anselmo – Pontificio Istituto Liturgico 20–22 ottobre 2021*, Ecclesia orans. Studi e Ricerche 5, red. D. Jurczak, O. M. Sarr, M. Tymister, Roma 2022, s. 80.

W *Dyrektorium Konferencji Episkopatu Polski w sprawie celebracji Mszy świętej transmitowanej przez telewizję* w punkcie poświęconym komentatorowi zwrócono uwagę na bardzo ważną rolę ciszy i milczenia w liturgii. Mając na względzie ścisłą korelację pomiędzy *verbum* i *silentium* w dynamice obrzędu, sformułowano wskazanie, aby komentator wchodził ze swoim słowem tylko wtedy, gdy jest to w pełni konieczne i uzasadnione⁸⁷. Cisza i milczenie stanowiące integralny element liturgii, wpisany w jej strukturę, nie powinny być postrzegane w sposób negatywny jako przerwa w milczeniu lub „dziura akustyczna”, którą trzeba wypełnić słowem komentarza. Jeśli chodzi o realizację transmisji Mszy Świętych momenty ciszy przewidziane przez przepisy liturgiczne „relatywnie łatwiej transmituje się w telewizji niż w radiu”⁸⁸. Przy stosowaniu komentarzy należy zachować dwie zasady. Po pierwsze, komentarze powinny być krótkie i proste w swojej treści. Po drugie, należy je stosować z umiarem. Trzymanie się tych zasad uchroni przed niebezpieczeństwem „przegadania” Mszy. Do takiej sytuacji dochodzi, kiedy nie respektuje się chwil przeznaczonych na milczenie oraz nie słyszy się wykonywanych podczas celebracji pieśni⁸⁹. Należy zatem pamiętać o korelacji pomiędzy ciszą a słowem w dynamice celebracji liturgicznej, gdyż w rycie – tak jak w organizmie żywym – potrzebne są pauzy dla oddechu. Tworzą one naturalną przestrzeń umożliwiającą trwanie wcześniej wypowiedzianego słowa⁹⁰.

W transmisji radiowej Mszy Świętej cisza jawi się jako jeden z podstawowych problemów. Obok tych części liturgii, które nie posiadają zasadniczo werbalnej warstwy, jak chociażby przygotowanie darów, należy ona do trudnych elementów procesu realizacji transmisji, gdyż odbierana jest przez słuchacza jako „dziura akustyczna”. W tym przypadku – jak zauważa Andrzej Draguła – „chwile milczenia nie powinny być tożsame z chwilami ciszy, brak słów nie oznacza braku dźwięku, zwłaszcza muzyki”⁹¹. W tym

⁸⁷ Tamże, s. 42.

⁸⁸ A. Draguła, *Eucharystia zmediatyzowana...*, dz. cyt., s. 431.

⁸⁹ Por. D. Łuka, *Telewizyjna transmisja Mszy św. – przygotowanie, przebieg, propozycje pastoralne*, „Liturgia Sacra” 9 (2003), nr 1, s. 70.

⁹⁰ Por. V. Fantuzzi, *Liturgia papale, radio e televisione*, „La Civiltà Cattolica” 3 (1999), s. 162, zob. także A. Draguła, *Eucharystia zmediatyzowana...*, dz. cyt., s. 431.

⁹¹ Por. A. Draguła, *Eucharystia zmediatyzowana...*, dz. cyt., s. 424.

kontekście staje się jasne, iż Kościół powinien dołożyć starań, aby zatroszczyć się o formację liturgiczną osób pracujących w ramach transmisji Mszy Świętej tak, aby były one dobrze zaznajomione z przebiegiem liturgii oraz potrafiły rozpoznać wartość milczenia i jego lokalizację w strukturze celebracji.

Zwrócenie uwagi na rolę galenosfery w mediosferze człowieka i położenie nacisku na znaczenie wychowania do ciszy i przez ciszę w odbiorze mediów w takim ujęciu, w jakim przedstawia to biskup Adam Lepa w swoich publikacjach, wydaje się istotne w perspektywie rozważań na rolę ciszy i milczenia w liturgii (także tej zapośredniczonej poprzez media czy „zmediatyzowanej”). Współczesny człowiek funkcjonujący w hałasie ponowoczesności, obciążony trudnym dziedzictwem minionej epoki wyrażającym się w postawie indywidualizmu i subiektywizmu „utracił zdolność angażowania się w akcję symboliczną, która jest istotną cechą akcji liturgicznej”⁹². Cisza i milczenie jako nieodzowny element liturgii dla człowieka żyjącego „duchowością światową” wydają się czymś trudnym i niezrozumiałym, bo stał się on „analfabetą”, niepotrafiącym już odczytywać symboli⁹³. W tym kontekście szczególnego znaczenia nabiera uwzględnienie natury milczenia liturgicznego i jego rodzajów w formacji liturgicznej duchowieństwa, wiernych świeckich i osób życia konsekrowanego. Formacja ta rozwija się dwutorowo. Z jednej strony polega na przekazywaniu wiedzy liturgicznej, a z drugiej – na wychowywaniu innych poprzez troskę o piękno celebrowanej liturgii, która sama w sobie posiada walor formacyjny, jeśli służy prawdzie misterium paschalnego. W tej perspektywie nic nie stracił ze swej aktualności postulat biskupa Adama Lepy, aby cisza jako wartość odzyskała należne miejsce w środowisku człowieka i stała się dla niego cenną pomocą we wszechstronnym rozwoju, także i tym duchowym.

⁹² DD 27.

⁹³ Por. DD 43.

Biogram

Ks. Waldemar Bartocha – prezbiter archidiecezji łódzkiej, dr liturgiki, adiunkt w Katedrze Teologii Liturgii na Wydziale Teologicznym Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie, wykładowca liturgiki w Wyższym Seminarium Duchownym oo. Franciszkanów w Łodzi-Łagiewnikach, notariusz Kurii Metropolitalnej Łódzkiej, sekretarz IV Synodu Archidiecezji Łódzkiej (2018–2023), członek Archidiecezjalnej Komisji Liturgicznej, zastępca redaktora naczelnego czasopisma „Kultura–Media–Teologia”, redaktor w kolegium redakcyjnym „Łódzkich Studiów Teologicznych”, laureat Nagrody im. ks. prof. Adama Duraka w kategorii najlepsza praca doktorska (edycja 2010).

Streszczenie

Celem artykułu jest przedstawienie teorii galenosfery w ujęciu biskupa Adama Lepy. Według jego opinii środowisko ciszy sytuuje się na obszarze mediosfery oraz w szerokim pojętym środowisku społecznym. Galenosfera jest skutecznym środkiem w wychowaniu do mediów. Niedocenywanie ciszy może rzutować negatywnie na różnorodne aktywności człowieka. Lepa podkreśla moralną odpowiedzialność człowieka za zaniechanie działań na rzecz ciszy. Cisza i milczenie odgrywają także istotną rolę w celebracjach liturgicznych, gdyż są wpisane w ich strukturę jako nieodzowny element. Dlatego należy je uwzględnić w procesie formacji liturgicznej obejmującej także osoby zaangażowane w realizację transmisji Mszy Świętej. W kontekście celebracyjno-liturgicznym refleksja naukowa biskupa Adama Lepy nad wartością wychowawczą środowiska ciszy nabiera szczególnego znaczenia i może stać się źródłem inspiracji dla wszystkich zatroskanych o to, aby liturgia nie została zdominowana przez nadmiar słów, ale stawała się przede wszystkim spotkaniem z Logosem, czyli Słowem ukrzyżowanej i zmartwychwstałej miłości niosącej radość i nadzieję.

Słowa kluczowe: galenosfera, biskup Adam Lepa, milczenie, liturgia, transmisja Mszy Świętej

Summary

The aim of this article is to present the theory of the galenosphere as seen by Bishop Adam Lepa. According to his view, the environment of silence is situated in the mediosphere and in the wider social environment. The galenosphere is an effective means in media education. An underestimation of silence can have a negative impact on various human activities. Lepa emphasises man's moral responsibility for failing to act on silence. Silence and silence also play an important role in liturgical celebrations, since they are inscribed in their structure as an indispensable element. For this reason, they should be taken into

account in the process of liturgical formation involving also those involved in the implementation of the Mass broadcast. In the celebrative-liturgical context, Bishop Adam Lepa's scholarly reflection on the educational value of an environment of silence takes on particular significance and may become a source of inspiration for all those concerned that liturgy should not be dominated by a surfeit of words, but become above all an encounter with the Logos, that is, the Word of crucified and risen love bringing joy and hope.

Keywords: galenosphere, bishop Adam Lepa, silence, liturgy, Mass broadcast

Bibliografia

- Aldezabal J., *Gestos y símbolos*, Barcelona 2014.
- Archiwum Archidiecezjalne w Łodzi, Zesp. Spuścizna naukowa bpa A. Lepy, Sygn. SPNBAL 4/10, Mass media – uzależnienie czy rozwój, 2003.
- Archiwum Archidiecezjalne w Łodzi, Zesp. Spuścizna naukowa bpa A. Lepy, Sygn. SPNBAL 4/13, Nowa ikonosfera a wychowanie do mediów.
- Arocena F. M., Portolés A., *L'arte di celebrare l'Eucaristia. Nel giardino della Pasqua*, Biblioteca di Formazione Sacerdotale 10, Roma 2023.
- Bartocha W., *Galenosfera w liturgii*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 32 (2023), nr 2, s. 11–24.
- Benedykt XVI, *Milczenie i słowo drogą ewangelizacji. Orędzie na XLVI Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu (24 stycznia 2012)*, www.vatican.va/content/benedict-xvi/pl/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20120124_46th-world-communications-day.html [dostęp: 20.01.2025].
- Benedykt XVI, *Posynodalna adhortacja apostolska „Verbum Domini”*, Poznań 2010.
- Bonaccorso G., *Il rito e l'altro. La liturgia come tempo, linguaggio e azione*, Città del Vaticano 2012².
- Cavalli G., *L'imposizione delle mani nella tradizione della Chiesa latina. Un rito che qualifica il sacramento*, Roma 1999.
- Ceremoniał liturgicznej postugi biskupów*, Katowice 2013.
- Cescon B., *La liturgia nel postmoderno*, Città del Vaticano 2012.
- Draguła A., *Czy istnieje dostosowana liturgia misyjna? Spór o komunikatywność liturgii*, „Colloquia Theologica Ottoniana” 36 (2020), s. 67–86.
- Draguła A., *Eucharystia zmediatyzowana. Teologiczno-pastoralna interpretacja transmisji Mszy Świętej w radiu i telewizji*, Zielona Góra 2009.
- Dykasteria ds. Komunikacji, *Ku pełnej obecności. Refleksja duszpasterska na temat zaangażowania w media społecznościowe*, nr 61, https://www.vatican.va/roman_curia/dpc/documents/20230528_dpc-verso-piena-presenza_pl.html#_ftn34 [dostęp: 20.01.2025].

- Dyrektorium Konferencji Episkopatu Polski w sprawie celebracji Mszy Świętej transmitowanej przez telewizję*, w: „Akta Konferencji Episkopatu Polski” 29 (2017), s. 48–55.
- Falsini R., *Gesty i słowa Mszy Świętej*, Kraków 2022².
- Fantuzzi V., *Liturgia papale, radio e televisione*, „La Civiltà Cattolica” 3 (1999), s. 155–166.
- Farkašová E., *Fenomen ciszy w kontekście (nie tylko) literackim*, „Tekstualia” 19 (2009) nr 4, s. 121–136.
- Flores Arcas J. J., *La teología litúrgica, fundamento de Desiderio desideravi*, „Pastoral Litúrgica” 379 (2023), s. 33–46.
- Forstner D., *Świat symboliki chrześcijańskiej. Leksykon*, Warszawa 2001.
- Franciszek, List apostolski *Desiderio desideravi* (29.06.2022), Pallottinum 2022.
- Kongregacja ds. Kultu Bożego, Okólnik *Eucharistiae participationem* (27.04.1973), „Acta Apostolicae Sedis” 65 (1973) nr 6, s. 340–347.
- Laskowska M., *Teologiczne podstawy wychowania do galenosfery*, „Pedagogia Christiana” 24 (2009), nr 2, s. 139–150.
- Lepa A., *Dlaczego pedagogika mezologiczna?*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 16 (2007), s. 133–137.
- Lepa A., *Etyka ciszy w edukacji medialnej*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 21 (2012), s. 143–152.
- Lepa A., *Etyka galenosfery*, „Annales. Etyka w Życiu Gospodarczym” 14 (2011) nr 1, s. 193–204.
- Lepa A., *Funkcja ciszy w wychowaniu do mediów*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 18 (2009), s. 177–184.
- Lepa A., *Funkcja logosfery w wychowaniu do mediów*, Łódź 2003.
- Lepa A., *Galenosfera. Środowisko ciszy*, Łódź 2017.
- Lepa A., *Media a postawy*, Łódź 2001.
- Lepa A., *Modlitwa a deficyt ciszy*, „Edukacja, Teologia i Dialog” 7 (2010), s. 13–25.
- Lepa A., *Pedagogia galenosfery człowieka*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 20 (2011), s. 155–167.
- Łuka D., *Telewizyjna transmisja Mszy św. – przygotowanie, przebieg, propozycje pastoralne*, „Liturgia Sacra” 9 (2003) nr 1, s. 61–76.
- Maldonado L., *Como se celebra. Elementos y dinamismo de la celebración*, w: *La celebración en la Iglesia*, vol. I: *Liturgia y sacramentología fundamental* (Lex Mundi 57), red. D. Borobio, Salamanca 2006, s. 239–296.
- Mszal rzymski dla diecezji polskich*, Poznań 2013.
- Nalepa M., *Milczenie – gest, obraz, dźwięk*, „Bibliotekarz Podlaski” 45 (2019), nr 4, s. 353–383.
- Nowak J., *Znak a poszukiwania nowych symboli uczestnictwa w liturgii*, „Studia Theologica Varsaviensia” 49 (2011), nr 1, s. 11–22.
- Obrzędy pogrzebu dostosowane do zwyczajów diecezji polskich*, Katowice 1998.
- Obrzędy pokuty dostosowane do zwyczajów diecezji polskich*, Katowice 2007.

- Obrzędy święceń biskupa, prezbiterów i diakonów*, Katowice 2019.
- Ogólne wprowadzenie do Mszału rzymskiego z trzeciego wydania Mszału rzymskiego, Wprowadzenie do drugiego wydania Lekcjonarza mszalnego, Ogólne normy roku liturgicznego i kalendarza*, Poznań 2022.
- Olearczyk T., *Pedagogia ciszy*, Kraków 2010.
- Papieska Rada ds. Środków Społecznego Przekazu, *Kościół a Internet*, nr 9, https://opoka.org.pl/biblioteka/W/WR/rady_pontyfikalne/r_komunik_spol/kosciol_internet_22022002.html [dostęp:20.01.2025].
- Paszkowska T., *Silentium – polisemiczna wartość i sprawność. Studium teologiczno-duchowościowe*, Prace Wydziału Teologii 208, Lublin 2020.
- Raffa V., *Liturgia eucaristica. Mistagogia della Messa: dalla storia e dalla teologia alla pastorale pratica. Nuova edizione ampiamente riveduta e aggiornata secondo l'editio typica tertia del Messale Romano*, Biblioteca „Ephemerides Liturgicae”, „Subsidia” 100, Roma 2011.
- Romaniuk K., *Spokój, milczenie i cisza według Biblii*, Warszawa 1993.
- Sakramenty chorych. Obrzędy i duszpasterstwo*, Katowice 2015.
- Sarah R., Diat N., *Bóg albo nic. Rozmowa o wierze*, Warszawa 2016.
- Sarah R., Diat N., *Moc milczenia. Przeciw dyktaturze hałasu*, Warszawa 2017.
- Sartore D., *Silenzio*, w: *Liturgia*, red. D. Sartore, A. M. Triacca, C. Cibien, Cinisello Balsamo (Milano) 2001, s. 1864–1873.
- Sielepin A., *Milczenie w liturgii specyficzną „przestrzenią” uczestnictwa w misterium*, w: *Liturgia w podstawowych formach wyrazu*, Kościół w Trzecim Tysiącleciu 9, red. A. Żądło, Katowice 2011, s. 70–88.
- Smentek I., *Świąteczne obcowanie na przykładzie zakonu kartuzów*, „Warszawskie Studia Teologiczne” 27 (2014), nr 2, s. 283–300.
- Sosnowska J., *Cisza w mediach audiowizualnych*, „Roczniki Kulturoznawcze” 10 (2019), nr 4, s. 93–107.
- Świerżawski W. J., *Milczenie w liturgii*, w: *Mysterium Christi*, t. 1: *Fundamentalne rzeczywistości liturgii*, red. W. Świerżawski, Zawichost–Kraków–Sandomierz 2012, s. 217–238.
- Tomatis P., *Liturgia registrata e trasmessa*, w: *Liturgia „virtuale”? „Virtual” liturgy? Atti del XII Congresso Internazionale di Liturgia Roma, Pontificio Ateneo sant’Anselmio – Pontificio Istituto Liturgico 20–22 ottobre 2021*, Ecclesia orans. Studi e Ricerche 5, red. D. Jurczak, O. M. Sarr, M. Tymister, Roma 2022, s. 73–83.
- Triacca A. M., *Lo Spirito Santo nella liturgia e nella vita della Chiesa*, Monumenta Studia Instrumenta Liturgica 62, Città del Vaticano 2011.

Religijna *Pedagogika mass mediów* biskupa Adama Lepy

Pedagogika mass mediów to pionierski w Polsce podręcznik edukacji medialnej, przygotowany przez biskupa Adama Lepę i wydany po raz pierwszy w 1998 roku. Wznowiony jako drugie wydanie w 2000 roku¹. To jego najważniejsza praca monograficzna obok *Funkcji logosfery w wychowaniu do mediów* z 2003 roku, również powtórzona jako drugie wydanie w roku 2006². Intryguje jego rozumienie pedagogiki mediów, a jeszcze bardziej jej religijny kontekst.

1. Wprowadzenie

Istotnie biskup Lepa wpisuje się w nurt, który jest określany jako *faith-based media literacy education*³. *Faith-based* możemy tłumaczyć jako „budowana

¹ A. Lepa, *Pedagogika mass mediów*, Łódź 1998; 2000.

² Tenże, *Funkcja logosfery w wychowaniu do mediów*, Łódź 2003; 2006.

³ T. Blythe, *Working Hard for the Money: A Faith-Based Media Literacy Analysis of the Top Television Dramas of 2000–2001*, „Journal of Media and Religion” 1 (2002), nr 3, s. 139–151; A. J. Eakle, *Literacy Spaces of a Christian Faith-Based School*, „Reading Research

na wierze religijnej”. Samo *media literacy* – kluczowe pojęcie edukacji medialnej – również wydaje się intrygujące. Są bowiem zwolennicy tłumaczenia dosłownego, jako „piśmienność medialna”, i są – w większości – idący za innym przekładem z języka angielskiego, jakim jest „kompetencja medialna”⁴, a dodatkowo także ci, którzy używają tego terminu w liczbie mnogiej, jak również poszukujący „konwergencji kompetencji”⁵, korzystający m.in. z przymiotników: *cyfrowy*, *informacyjny* i *komunikacyjny*⁶. I wreszcie samo *education* to także przedmiot dyskusji pedagogicznej, ważny problem badawczy omawiany z wielu różnych współczesnych perspektyw, jak: kognitywizm, behawioryzm czy humanizm. Bo czy w zdobywaniu wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych: a) konstruujemy je sami na podstawie uzyskanych informacji, b) uczymy się przez nagradzanie i karanie – motywowanie lub samomotywowanie, c) poznajemy rzeczywistość nie tylko intelektualnie, ale również aksjologicznie i artystycznie – przez wartości i emocje⁷? Poza tym termin *education* w piśmiennictwie angielskim utożsamia praktykę edukacyjną i naukę o edukacji – pedagogikę właśnie – co jest rozróżniane m.in. w Polsce, choć to kolejny temat do debaty, bo jest przecież *pedagogy* jako angielska nazwa dyscypliny⁸. Biskup Adam Lepa stosuje często jeszcze inny termin, „pedagogia”⁹, który jest nastawiony praktycznie, a jednocześnie refleksyjnie, choć nie tylko naukowo. I znów

Quarterly” 42 (2007), nr 4, s. 472–510; S. Iaquinto, J. Keeler, *Faith-Based Media Literacy Education: A Look at the Past with an Eye toward the Future*, „Journal of Media Literacy Education” 4 (2012), nr 1, s. 12–31; M. R. Tenorio de Azevedo, *A Case for the Common Good: How Training in Faith-Based Media Literacy Helped Teachers Address Social Justice Issues in the Classroom*, „Journal of Media Literacy Education” 11 (2019), nr 1, s. 97–113.

⁴ M. Chmielewski, *Edukacja medialna – rola w Kościele i kierunki rozwoju*, „Biuletyn Edukacji Medialnej” 2019, nr 1, s. 11–30.

⁵ A. J. Dąbrowska, P. Drzewiecki, D. Górecka, *Cyfrowa przyszłość. Katalog kompetencji medialnych i informacyjnych*, Warszawa 2012, s. 6.

⁶ K. Marcyński, *Kompetencja komunikacyjna. Studium medioznawcze*, Warszawa 2017.

⁷ G. Petty, *Nowoczesne nauczanie. Praktyczne wskazówki i techniki dla nauczycieli, wykładowców i szkoleniowców*, Sopot 2010, s. 11–30.

⁸ P. Drzewiecki, *Media Aktywni. Dlaczego i jak uczyć edukacji medialnej?*, Otwock–Warszawa 2010, s. 15–18.

⁹ A. Lepa, *Pedagogika mass mediów*, dz. cyt., s. 57–89.

temat, co jest badaniem, a co studiowaniem, co *sciences*, a co *studies* lub *arts*, i czy w liczbie mnogiej?

To tylko z pozoru spór akademicki. Skomplikujmy go jeszcze bardziej. W edukacji medialnej możemy mówić o edukacji przez media, mediach w edukacji i czymś, co określamy jako edukację medialną właściwą, kształcenie kompetencji medialnych lub wychowanie do mediów¹⁰. Pierwsze ujęcie zawiera analizowanie i kreowanie edukacyjnych przekazów medialnych, np. dziennikarstwo popularnonaukowe, drugie – dydaktykę mediów, np. tworzenie i wykorzystywanie, a także analizę aplikacji mobilnych na lekcjach i zajęciach akademickich czy też edukację zdalną, znaną nam z czasów pandemii COVID-19. Wreszcie praktyki społeczne – formalne i nieformalne, czyli szkolne i np. w ramach stowarzyszeń i fundacji, domów kultury – zmierzające do poprawy dobrostanu audytorium medialnego (ujęcie trzecie, kształcenie kompetencji medialnych). To uczenie technicznego i społeczno-kulturowego bycia w świecie mediów, szerokich kompetencji, np. technik kreatywnych w mediach i edukacji. I można także ten spór poprowadzić dalej, ponieważ są modele kompetencji oparte na umiejętnościach jednostki oraz tzw. kompetencje wielorakie, krytyczne i poznawcze – to różne szkoły i podejścia¹¹. Pojęcie „wychowania” – którego zwolennikiem wydaje się biskup Adam Lepa – wskazuje na płaszczyznę wyższą, związaną z określonym przekazem wartości chociażby narodowych i religijnych w kształceniu tych kompetencji. Inaczej edukacja medialna jest zawieszona w „aksjologicznej próżni”¹².

Czy ten spór można uczynić jeszcze bardziej trudnym? Można, ponieważ samo pojęcie „mass mediów”, które pojawia się w tytule podręcznika biskupa Adama Lepy, jest już nieadekwatne do współczesności. Co więcej, nie jest nim już termin „nowe media”, który stosowano powszechnie przez

¹⁰ P. Drzewiecki, *Media Aktywni. Dlaczego i jak uczyć edukacji medialnej?*, dz. cyt., s. 17.

¹¹ A. Ogonowska, *Kompetencje medialne i informacyjne jako nowy typ kompetencji cywilizacyjnych człowieka. Ujęcia modelowe*, w: *Współczesna psychologia mediów. Nowe problemy i perspektywy badawcze*, red. A. Ogonowska, G. Ptaszek, Kraków 2013, s. 38–55.

¹² Cyt. za P. Drzewiecki, *Edukacja medialna a nauczanie religii w szkole*, Warszawa 2013, s. 169.

pierwsze dwie dekady XXI wieku¹³. Co najwyżej możemy mówić o odchodzących powoli do historii mediach społecznościowych, tworzących miejsce dla mediów sztucznej inteligencji. Sama ewolucja Internetu – już teraz pisanego małą literą – jest wskazówką, że epoka dot.com, ale także Web 2.0 i blogosfery jest pewną przeszłością mediów, nieokreślanych od dawna jako kultura masowa czy kultura audiowizualna, tylko jako kultura uczestnictwa¹⁴, obecnie zaś jako zupełnie nowy stan, nie do końca znany ludzkości i nienazwany. ChatGPT i DALL-E wiele tu zmieniły.

Mamy zatem do czynienia ze sporem podstawowym dla pedagogiki mediów. Notabene używa się też terminu „pedagogika medialna”¹⁵, co również nie pozostaje bez dyskusji środowiskowej. To temat fundamentalny niczym grawitacja, elektromagnetyzm, oddziaływanie słabe i silne w fizyce. Każdy bowiem spór o definicję w nauce to podstawa pracy badawczej i studyjnej akademików, profesorów i studentów.

2. Materiały i metody

Stawiając pytania o *faith-based media literacy education* biskupa Adama Lepy, poszukamy odpowiedzi w drugim wydaniu jego podręcznika *Pedagogika mass mediów* z 2000 roku. To materiał badawczy. Wykorzystano również inne jego opracowania dotyczące pedagogiki mediów, m.in. artykuły opublikowane w „Łódzkich Studiach Teologicznych”, oraz materiały z digitalizacji archiwum – Spuścizny naukowej biskupa Adama Lepy¹⁶.

Posłużono się analizą krytyczną, metodą badawczą stosowaną do prac naukowych i badań innych naukowców¹⁷. Celem jest ustalenie głównych

¹³ L. Manovich, *Język nowych mediów*, Warszawa 2006; P. Levinson, *Nowe nowe media*, Kraków 2010.

¹⁴ H. Jenkins, *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, Warszawa 2007.

¹⁵ *Pedagogika medialna*, red. B. Siemieniecki, Warszawa 2021.

¹⁶ Archiwum Archidiecezjalne w Łodzi, Zesp. Spuścizna naukowa bpa A. Lepy, Sygn. SPNBAL 2/4, Katolicka koncepcja wychowania do mediów, 2011.

¹⁷ S. Cisek, *Metoda analizy i krytyki piśmiennictwa w nauce o informacji i bibliotekoznawstwie w XXI wieku*, „Przegląd Biblioteczny” 78 (2010), nr 3, s. 273–284.

założeń pedagogiki mediów biskupa Adama Lepy. Postawiono pytania badawcze:

- 1) W jaki sposób biskup Adam Lepa formułuje program pedagogiki mediów, określając jej cele, środki i metody?
- 2) W jaki sposób pedagogika mediów biskupa Adama Lepy ma wymiar religijny?
- 3) Jak wygląda program pedagogiki mediów biskupa Adama Lepy? Analiza podręcznika *Pedagogika mass mediów*.

Biskup Adam Lepa formułuje program pedagogiki medialnej przede wszystkim w rozdziale IV swojej monografii zatytułowanym *Podstawy wychowania do mass mediów*¹⁸. Interesujące uwagi na temat edukacji medialnej odnajdujemy również w jego drugiej najbardziej znanej monografii *Funkcja logosfery w wychowaniu do mediów*, szczególnie w rozdziale I: *Wychowanie do mediów postulatem nowoczesnego społeczeństwa*, w § 3.: *Wychowanie do mediów jako przedmiot zainteresowań pedagogiki*¹⁹. Uważna lektura i analiza tych tekstów pozwalają na ustalenie definicji pedagogiki mediów w ujęciu biskupa Lepy, a przede wszystkim jej głównych celów, stosowanych środków i proponowanych metod.

Dla Adama Lepy pedagogika mediów jest dyscypliną naukową zajmującą się wychowaniem do mediów i w taki sposób ją definiuje. Poddaje on krytyce używanie terminu „edukacja medialna”:

W krajach zachodnich przygotowanie do korzystania z mediów nazywa się zasadniczo „wychowaniem” i wtedy używa się słów *éducation* (franc.) czy *education* (ang.). Przy czym słowa te oznaczają również kształcenie, nie tylko wychowanie. [...] W Polsce na oznaczenie przygotowania do odbioru mediów używa się ostatnio sformułowania „edukacja medialna”. [...] Jednakże termin „edukacja medialna” nie jest w pełni precyzyjny, ponieważ oznaczać może każdą edukację, która posługuje się mediami jako środkami dydaktycznymi czy wychowawczymi, jak również edukację, która jest funkcją konkretnych mediów – np. edukacja telewizyjna²⁰.

¹⁸ A. Lepa, *Pedagogika mass mediów*, dz. cyt., s. 90–106.

¹⁹ Tenże, *Funkcja logosfery w wychowaniu do mediów*, dz. cyt., s. 47–53.

²⁰ Tamże, s. 47–48.

Kontekstem tych uwag jest wdrażana wówczas reforma oświatowa (1999 rok) z koncepcją ścieżek edukacyjnych, czyli międzyprzedmiotowych bloków problemowych. Mowa m.in. o edukacji: ekologicznej, prozdrowotnej, filozoficznej i regionalnej, a przede wszystkim czytelniczej i medialnej.

Później jednak, w 2008 roku, zrezygnowano z tego rozwiązania, wracając w pełni do nauczania przedmiotowego. Biskup Lepa, dostrzegając wtedy to wyjątkowe połączenie czytelnictwa i mediów, wskazał również na inny istotny problem. Nowa ścieżka bardziej sprzyja rozwojowi wiedzy o mediach niż kształceniu odbiorcy korzystającego z mediów. Jest to bardziej orientacja na przedmiot niż na podmiot.

„Edukacji medialnej” nie można utożsamiać z „wychowaniem do mediów”. Jest ona przede wszystkim kształceniem medialnym, a raczej wykładem z medialogii (czy medioznawstwa), a nie oddziaływaniem na osobowość młodego człowieka czy kształceniem jego postaw. Niezależnie więc od realizacji w szkole edukacji czytelniczej i medialnej postulat wychowania do mediów pozostaje nadal aktualny i coraz bardziej pilny²¹.

Ten fragment wiele oddaje z wciąż obecnego sporu w pedagogice mediów między zwolennikami kształcenia kompetencji medialnych, zarówno technicznych, jak i humanistyczno-społecznych, z badaczami, którzy przyznają, że bez odwołania się do pojęcia osoby i wartości trudno zbudować program pedagogiki mediów²². Biskup Lepa opowiada się za aksjologicznym i personalistycznym rozumieniem pedagogiki mediów, a przede wszystkim bardziej za prakcją niż teorią – praktyką mediów, a nie samym „wykładem z medioznawstwa”. W konsekwencji wskazuje na tak sformułowane cele pedagogiki mediów:

Podstawowym problemem w wychowaniu jest zatem osoba. W działalności wychowawców jest ona głównym przedmiotem i celem, natomiast rezultatem tej działalności staje się dojrzała osobowość człowieka. Realizowana jest wtedy

²¹ Tamże, s. 48.

²² A. Rzyska, *Framing analysis z perspektywy pedagogicznej – w stronę edukacji medialnej*, „Przegląd Badań Edukacyjnych Educational Studies Review” 26 (2018), nr 1, s. 230–232.

znana prawidłowość, podkreślana przez przedstawicieli nauk o wychowaniu: człowiek rodzi się osobą, aby stać się osobowością²³.

Adam Lepa formułuje podmiotową, personalistyczną orientację celów pedagogiki mediów, wczytując się w praktyczne postulaty rodziców i nauczycieli:

Na temat celów wychowania do mass mediów wypowiadają się pedagogowie-praktycy. Problem ten stawiają wtedy w postaci konkretnych pytań, które odnoszą się do niepokojących zjawisk związanych z funkcjonowaniem mediów. Niektóre z nich można sformułować następująco: Czy rodzice powinni kontrolować dostęp dziecka do mass mediów? Na czym polega szkodliwość pornografii? [...] W jaki sposób przeciwdziałać manipulacji występującej w mediach?²⁴.

Dostrzega zatem praktyczny i społecznie użyteczny wymiar pedagogiki mediów, która nie jest tylko kolejną dyscypliną akademicką, ale programem działania odpowiadającym na potrzeby wychowawcze w codziennych relacjach dzieci z rodzicami, uczniów z nauczycielami. Ten praktycyzm pedagogiki mediów formułuje w postaci pięciu szczegółowych zadań:

Analiza tych i wielu podobnych pytań, a także refleksja nad ideałem wychowawczym i nad naturą środków komunikowania masowego prowadzą do wyłonienia najważniejszych celów, które powinny przyświecać wychowaniu do mass mediów. Oto one: formowanie postaw: krytycyzmu, selekcji, odporności na propagandę i twórczej aktywności [...]; [prowadzenie] do pełnego rozwoju osobowości odbiorcy i wzrostu jego sfery duchowości; [...] [wyeliminowanie z mediów] zjawisk negatywnych i przekształcania ich w narzędzie pozytywnego oddziaływania na odbiorców; budzenie i pogłębianie wrażliwości na przekazywanie prawdy w mass mediach i kształtowanie postawy sprzeciwu wobec przejawów jej zniekształcania;

²³ A. Lepa, *Pedagogika mass mediów*, dz. cyt., s. 91.

²⁴ Tamże, s. 96.

przekazywanie pogłębionej wiedzy o mass mediach i głównych mechanizmach ich funkcjonowania²⁵.

W tak ujętej strukturze celów pedagogiki mediów dostrzegamy zarówno wątki pozytywne, jak i negatywne, afirmatywne i defensywne, ponieważ z jednej strony jest mowa o „twórczej aktywności”, a z drugiej o „odporności na propagandę”, o „pogłębianiu wrażliwości na przekazywanie prawdy”, ale też postawie „sprzeciwu wobec przejawów jej zniekształcania”. Można powiedzieć, że to model apologetyczny – apologii pojętej w szerszym znaczeniu kulturowym. W takim ujęciu można ją rozumieć jako pochwałę czegoś, ale również obronę przed czymś przeciwnym²⁶. To dość szczególnie rys pedagogiki mediów biskupa Lepy. Cele nie koncentrują się tylko wokół problemu zagrożeń i uzależnień medialnych, nie są wyłącznie profilaktyką lub ochroną. Tworzą pozytywny program korzystania z mediów, wskazując na „pełny rozwój osobowości odbiorcy”, jednak bez zapominania o tym, co szkodliwe wychowawczo.

Można więc zapytać o środki i metody realizacji tak pojętych celów pedagogiki mediów. Biskup Lepa wskazuje na potrzebę ich dostosowania do określonego środowiska wychowawczego, jak również do poszczególnych celów pedagogiki mediów. Trudno w tym miejscu nie wspomnieć o znaczeniu terminu „środowisko” w pracach naukowych Adama Lepy. Opowiada się on za pedagogiką mezologiczną, zorientowaną na to właśnie pojęcie, choć rzadko stosowane w naukach społecznych²⁷. Rozróżnia środowisko wychowawcze od pedagogicznego, to pierwsze traktując jako sytuację zastaną, a drugie – docelową, czyli zamierzoną lub też idealną. Z koncepcji środowiska bierze swój początek jego teoria mediosfery i poszczególnych jej składników: logosfery, galenosfery i ikonosfery, ponieważ same mass media mają środowiskowy charakter – obok rodziny, szkoły czy parafii współtworzą obszar wychowania²⁸.

²⁵ Tamże, s. 96–97.

²⁶ P. Drzewiecki, *Renesans słowa. Wychowanie do logosfery w kulturze audiowizualnej*, Toruń 2010, s. 129–145.

²⁷ A. Lepa, *Dlaczego pedagogika mezologiczna?*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 16 (2007), nr 1, s. 133–137.

²⁸ Tenże, *Pedagogika mass mediów*, dz. cyt., s. 101.

Analizując formy dostosowania środków do tych wymienionych wyżej środowisk, biskup Lepa wskazuje przede wszystkim na rodzinę, wymieniając: „dialog rodzinny, wspólny odbiór telewizji, wspólną lekturę książek, kontrolę dostępu dziecka do mediów”. Z kolei

środowisko szkoły wykazuje największe bogactwo środków wychowania do mass mediów. Jest tak, ponieważ szkoła dysponuje zasadniczo licznymi środkami komunikowania masowego (czytelnia, biblioteka, pracownia komputerowa, fotograficzna, studio wideo itp.). Ponadto szkoła zdolna jest zaangażować licznych fachowców w dziedzinie mass mediów. W środowisku szkoły najczęściej stosowanymi środkami wychowania do mass mediów są: wykład nauczyciela, dyskusja nad wspólnie obejrzanym filmem, spotkanie z przedstawicielem mediów (reżyserem filmowym, dziennikarzem, prezenterem telewizyjnym)²⁹.

Te dwie podstawowe przestrzenie wychowania do mediów – można powiedzieć: sfery prywatna i publiczna – uzupełnia trzecią, publiczną, ale już o charakterze religijnym:

W środowisku parafii zwracają uwagę przede wszystkim dwa nurty działań o charakterze wychowawczym: działalność duszpasterzy oraz różne formy katechizacji (np. katecheza dorosłych, młodzieży pozaszkolnej, przedślubna). Najczęściej stosowane środki w tym środowisku to: wykład, pogadanka (np. na zebraniu z rodzicami), nauka rekolekcyjna, jak również: dyskusja nad wspólnie obejrzanym filmem, spotkanie z dziennikarzem katolickim. Należy też wymienić środki wychowawcze o charakterze ściśle duszpasterskim, jak: modlitwa, asceza, rachunek sumienia, pokuta (z racji spowiedzi sakramentalnej, Wielkiego Postu)³⁰.

Inna klasyfikacja środków pedagogiki mediów proponowana przez biskupa Adama Lepę nie tyle bazuje na specyfice danej grupy audytorialnej – środowisku odbioru mediów – co na samych celach wychowania.

²⁹ Tamże, s. 97.

³⁰ Tamże, s. 98.

Konkretne postawy, będące celem wychowania do mass mediów, wymagają stosowania takich środków, jak: stałe korzystanie z kilku źródeł informacji czy obcowanie z fachowymi publikacjami (postawa krytyczna); odpowiednio dozowana asceza i wieczorny rachunek sumienia (postawa selekcji). Niektóre cele wychowania do mass mediów wymagają zastosowania środków dydaktycznych, np. „przekazywania pogłębionej wiedzy o mass mediach”. Wtedy wychowawca sięga po takie środki, jak: lektura, prelekcja, zorganizowany odbiór filmu czy telewizji³¹.

Studiując te zalecenia, można po pierwsze zauważyć praktyczny i dialogiczny charakter proponowanych przez biskupa Lepę środków pedagogicznych. Odpowiadają one naturalnym potrzebom komunikacyjnym poszczególnych środowisk, są przede wszystkim otwarte na uczestników – osoby tworzące te wspólnoty – oraz na technologie, które mają służyć ich integracji i rozwojowi osobowemu. Jako drugie widzimy połączenie wychowania społecznego z religijnym, w którym media tworzą istotne środowisko wyrażania i przeżywania wiary, zintegrowane z życiem osobistym i społecznym. Doceniono również samą parafię jako wspólnotę nie tylko społeczną i religijną, ale także przestrzeń korzystania z mediów³².

W konsekwencji można postawić pytanie o metody pedagogiki mediów w ujęciu biskupa Adama Lepy:

Wybierając stosowną metodę, pedagog bierze pod uwagę cele wychowania, które powinien osiągać, środki wychowania, którymi się posługuje, wiek swoich wychowanków. [...] W wychowaniu do mass mediów stosowane są metody ogólnie przyjęte w pedagogii oraz realizowane w dydaktyce i w katechetyce. Pierwsze z nich to m.in.: metody wpływu osobistego, sytuacyjnego i społecznego, metody kierowania samowychowaniem itp. W drugiej grupie metod (stosowanych w dydaktyce i katechetyce) wyróżnić należy: metody oglądowe (np. analiza obrazu), zajęcia praktyczne

³¹ Tamże.

³² P. Drzewiecki, *Zadania parafii w zakresie edukacji medialnej*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 23 (2014), nr 4, s. 63–76.

(np. wspólne przygotowanie wystawy fotogramów) oraz metody oparte na słowie (np. pogadanka)³³.

Można powiedzieć, że nie mamy tu do czynienia ze szczególną innowacją pedagogiczną. Adam Lepa wskazuje jednak na wyjątkowy charakter metodyki związanej z wykorzystaniem mediów jako środków wychowania. Inspirację odnajduje w dokumentach Kościoła katolickiego o środkach społecznego przekazu:

Należy jeszcze wskazać metody specyficzne dla samych mass mediów. Jedną z tych metod jest stosowana w praktyce pedagogicznej zasada „widzieć, oceniać, działać”. Metoda ta jest zalecana m.in. przez Instrukcję duszpasterską *Aetatis novae* (AN, nr 11). Jej praktycznym uzupełnieniem jest „metoda mass mediów”, która funkcjonuje wtedy zwłaszcza, gdy realizowane jest „wychowanie przez mass media”. Polega ono na tym, że np. w wychowaniu do filmu stosuje się odpowiednio dobrane filmy (dokumentalne, fabularne itp.)³⁴.

Można zatem powiedzieć, że wybór metody i pomocy dydaktycznej jest uwarunkowany nie tylko celami pedagogicznymi i potrzebami środowiska, ale także treściami – konkretnym tematem podejmowanym w ramach wychowania do mediów np. na lekcji szkolnej. Poszukujemy wówczas adekwatnego przykładu medialnego do poruszenia istotnych kwestii społecznych i religijnych.

Analizując program pedagogiki mediów biskupa Lepy, można zauważyć kilka istotnych cech. Po pierwsze zawiera on konieczne elementy przy formułowaniu takich przedsięwzięć edukacyjnych – opis celów, środków i metod. Po drugie jest nastawiony bardziej na wychowanie niż tylko na kształcenie i nauczanie/uczenie się. Stawia w centrum człowieka korzystającego z mediów, który poszukuje wartości w odbieranych przekazach medialnych. Po trzecie program pedagogiki mediów biskupa Lepy jest nastawiony

³³ Tamże, s. 99.

³⁴ Tamże; zob. też Papińska Rada do Spraw Środków Społecznego Przekazu, Instrukcja duszpasterska *Aetatis novae* o przekazie społecznym w dwudziestą rocznicę ogłoszenia Instrukcji *Communio et progressio* (22 lutego 1992), Watykan 1992, n. 11.

na praktykę, a nie na samą teorię medialną, odpowiada na konkretne pytania użytkowników mediów, a nie stanowi jedynie wiedzy o mediach czy też propozycji studiów medioznawczych. Po czwarte ma środowiskowy charakter, jest zorientowany na poszukiwanie środków adekwatnych do potrzeb konkretnego audytorium medialnego (rodzinnego, szkolnego, parafialnego). Po piąte jest inspirowany religią i umożliwia integrację społecznego korzystania z mediów z wiarą, tym samym potwierdzając przynależność jego autora do nurtu *faith-based media literacy education*, co będzie przedmiotem dalszych analiz.

3. Religijny wymiar *Pedagogiki mass mediów* biskupa Adama Lepy

Religijny charakter pedagogiki mediów biskupa Adama Lepy nie wynika jedynie z faktu, że autor jej programu jest duchownym i hierarchą kościelnym, choć trudno byłoby spodziewać się innej propozycji w tym zakresie niż chrześcijańskiej i katolickiej właśnie. Religijność jest jednak bardziej konsekwencją samego programu opartego na aksjologicznych, personalistycznych i mezologicznych założeniach pedagogiki mediów. W takim ujęciu religijność jest przedłużeniem i poszerzeniem wartości uniwersalnych w wychowaniu do mediów, ale także wskazuje na wyjątkowe więzi społeczne osób w środowisku – wspólnocie wiary. Można powiedzieć, że tak rozumiana „edukacja medialna” może zakładać trzy piętra jej tworzenia: od poziomu kompetencyjnego – zarówno technicznego, jak i społeczno-humanistycznego, przez aksjologiczny – zintegrowany z określonym systemem wartości np. chrześcijańskich w ujęciu kulturowym, narodowych, aż po religijny – związany z formacją duchową użytkownika mediów, wynikający z jego przynależności do Kościoła, np. poprzez praktykę ascezy medialnej lub duchowego rozeznawania przekazów medialnych³⁵. Dwa ostatnie piętra można – biorąc pod uwagę założenia programu biskupa Lepy – objąć

³⁵ P. Drzewiecki, *Edukacja medialna a nauczanie religii w szkole*, dz. cyt., s. 119–184; tenże, *Christian discernment. Rozeznawanie duchowe jako metoda chrześcijańskiej interpretacji tekstów kultury medialnej*, „Biuletyn Edukacji Medialnej” 2009, nr 1, s. 49–58;

terminem „wychowania do mediów”. Ostatnie piętro wpisuje się w koncepcję *faith-based media literacy education*.

Analizując poszczególne fragmenty podręcznika *Pedagogika mass mediów*, można znaleźć potwierdzenie tej tezy. Adam Lepa zauważa, że

w chrześcijańskim systemie wychowania, zmierzającym do rozwoju osobowości człowieka, wyróżnia się cztery cechy podstawowe. Są to: orientacja chrystocentryczna w urabianiu chrześcijanina doskonałego; moralizm, będący realizowaniem zasad etyki katolickiej w praktyce wychowawczej; personalizm, podkreślający godność i wartość każdego człowieka jako osoby; humanizm, uwzględniający w pedagogii liczące się sprawy ludzkie³⁶.

Dodaje on w innym miejscu:

wychowanie poprawne to takie wychowanie, które służy wszechstronnemu rozwojowi osobowości (chrześcijańskiej) wychowanek i realizuje obowiązujący ideał wychowawczy (urobienie chrześcijanina doskonałego). Z kolei, wychowanie błędne to takie wychowanie, które uniemożliwia lub przynajmniej utrudnia osiągnięcie przyjętego ideału³⁷.

Po pierwsze dostrzegamy być może budzący kontrowersje termin „urabianie”, jednak w istocie odpowiada on synonimom „kształcenie” czy też „formowanie” w klasycznym rozumieniu wychowania. Jest ono z założenia wskazaniem na pewien ideał kulturowy lub religijny, wedle którego i do którego jest prowadzona pedagogia, czyli praktyka edukacyjna³⁸. Po drugie ten formacyjny, kształceniowy, „urabiający” w greckim rozumieniu proces zakłada poziom wartości uniwersalnych – stąd „personalizm” i „humanizm”, ale także i etykę – „moralizm”. Po trzecie – co stanowi o wyjątkowości wychowania chrześcijańskiego – wskazuje na „chrystocentryzm”. Ponieważ

H. Jenkins, *Co z Harrym Potterem zrobiłby Jezus?*, w: tenże, *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, dz. cyt., s. 193–199.

³⁶ A. Lepa, *Pedagogika mass mediów*, dz. cyt., s. 91.

³⁷ Tamże, s. 104–105.

³⁸ W. Jaeger, *Paideia. Formowanie człowieka greckiego*, Warszawa 2001.

„chrześcijanin idealny” to człowiek nowy, żyjący „w sprawiedliwości i świętości prawdy”, doskonały na miarę Chrystusa („do rozmiarów owej doskonałości, jaką jest Pełnia Chrystusa”, Ef 4, 13), przysparzający wzrostu Ciału Mistycznemu, dający świadectwo nadziei, udzielający pomocy w chrześcijańskim kształtowaniu świata, dążący do wspólnego dobra swojej społeczności, m.in. przez wzajemny dialog. W kształtowaniu tego ideału nauczyciele i wychowawcy powinni akceptować to, co w nauce i kulturze ludzkiej jest wartościowe. Człowiek, który powinien się stawać chrześcijaninem doskonałym, stoi dziś w obliczu różnorodnych realiów wynikających z funkcjonowania mediów³⁹.

W takim ujęciu media to nowa przestrzeń wiary – środowisko, które z jednej strony może utrudniać rozwój religijny osoby i wspólnoty, a z drugiej stanowi o nowym sposobie ich doskonalenia.

Wyżej opisane cechy religijnej pedagogiki mediów biskupa Lepy można skonfrontować z programem *faith-based media literacy*, przedstawionym w postaci pięciu „zasad głównych” – *principles* – tak pojętej edukacji medialnej, zaproponowanych przez Stephanie Iaquinto i Johna Keelera ze School of Communication & the Arts, międzywyznaniowego chrześcijańskiego Regent University w Virginia Beach. Wskazują oni na następujące założenia religijnej pedagogiki mediów: 1) media dostarczają obrazów społeczeństwa, które mają ogromny wpływ na nasze koncepcje rzeczywistości; 2) wartości propagowane przez media są często fałszywe, destrukcyjne, a przez to sprzeczne z wartościami promowanymi przez chrześcijaństwo; 3) krytyczne dociekanie i umiejętność „czytania” mediów są niezbędne do rozróżnienia prawdy od fałszu w medialnych przedstawieniach rzeczywistości; 4) oparta na wierze edukacja w zakresie umiejętności korzystania z mediów rozwija chrześcijan, którzy są wyposażeni do służenia społeczeństwu, w którym żyją; 5) chrześcijanie mogą udoskonalić swoją duchowość, nabywając umiejętność korzystania z mediów⁴⁰. Trudno w tym miejscu nie wspomnieć o katolickich prekursorach religijnej edukacji medialnej w Stanach Zjednoczonych,

³⁹ Tamże, s. 32.

⁴⁰ S. Iaquinto, J. Keeler, *Faith-Based Media Literacy Education...*, dz. cyt., s. 20–24.

na których prace powołują się autorzy wspomnianych „zasad głównych”. Mianowicie o siostrze Elizabeth Thoman (1943–2016), twórczyni czasopisma „Media & Values” oraz Center for Media Literacy, jak również o ojcu Johnie Pungente SJ (1939–2023), autorze wielu podręczników religijnej pedagogiki mediów, jednym z propagatorów chrześcijańskiego rozeznawania duchowego przekazów medialnych⁴¹. Biskup Lepa jako polski prekursor religijnej pedagogiki mediów istotnie wpisuje się w główne założenia *faith-media literacy education*, tworząc oryginalny w skali świata program pedagogiczny. Wskazuje na to analiza już pierwszej „zasady głównej”. Odnośnie wpływowych „obrazów społeczeństwa” Adam Lepa rozwija studium manipulacji i propagandy medialnej, jak również tworzy koncepcję ikonosfery stanowiącej wyzwanie dla postulowanego rozwoju logosfery i galenosfery. Jeśli chodzi o drugą „zasadę”, mamy istotną zbieżność koncepcyjną programu biskupa Lepy i nurtu *faith-based media literacy education*, opartą na płaszczyźnie aksjologicznej tak rozumianej edukacji medialnej, czy też – jak chciałby sam autor – wychowania do mediów. W odniesieniu do trzeciej cechy tego nurtu samo „krytyczne dociekanie i umiejętność «czytania» mediów” biskup Lepa uzupełnia rozbudowaną koncepcją kształcenia postaw względem mediów, zwłaszcza odbioru selektywnego i twórczej aktywności. Również czwarta i piąta „zasada” znajdują potwierdzenie w jego pracach pedagogicznych. Chrześcijanie mają służyć „społeczeństwu, w którym żyją” i „udoskonalić swoją duchowość” – te pryncypia odnajdujemy w koncepcji chrześcijańskiego ideału wychowania do mediów, które było przedmiotem powyższej analizy.

4. Wnioski

Studiując i badając koncepcję religijnej pedagogiki mediów biskupa Adama Lepy, można wskazać na kilka jej istotnych, a także oryginalnych cech.

Po pierwsze to program kompletny, zawierający opis celów, środków i metod, choć nie jest gotowym spisem scenariuszy lekcji szkolnych czy

⁴¹ J. Pungente, *Jak znaleźć Boga w Hollywood? Ćwiczenia duchowe na sali kinowej*, Kraków 2008.

warsztatów medialnych, jednak spójnym co do koncepcji, spełniającym wymogi stawiane współczesnym programom edukacyjnym.

Po drugie cechami tej koncepcji są: personalizizm, humanizm, zorientowanie aksjologiczne i mezologiczny charakter. W konsekwencji biskup Adam Lepa proponuje posługiwanie się terminem „wychowanie do mediów”, w miejsce samej „edukacji medialnej”, która może być pojmowana szeroko i w różnych rozumieniach.

Po trzecie to koncepcja religijna, chrześcijańska, chrystocentryczna, wskazująca na potrzebę przyjmowania ideału wychowawczego – zgodnie z greckim, klasycznym poglądem – a następnie kierunkowe formowanie użytkowników mediów. Jest również pewnym przedłużeniem społecznych celów pedagogiki mediów, stanowiącym o wyższym ich „piętrze” jej rozumienia, zintegrowanym z formacją religijną, a przede wszystkim z duchowością chrześcijańską. Oryginalne propozycje biskupa Adama Lepy istotnie poszerzają światowy nurt *faith-media literacy education*.

Biogram

Piotr Drzewiecki – dr hab., medioznawca, edukator medialny, dziennikarz, profesor uczelni na Uniwersytecie Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie, wykładowca w Wyższej Szkole Kształcenia Zawodowego we Wrocławiu, [instagram.com/piotr.jozef.drzewiecki/](https://www.instagram.com/piotr.jozef.drzewiecki/)

Streszczenie

Celem artykułu jest studium i badanie programu pedagogiki mediów biskupa Adama Lepy, jej celów, środków dydaktycznych i metod, a przede wszystkim wymiaru religijnego tej koncepcji. Prace prowadzono metodą analizy i krytyki piśmiennictwa, opierając się głównie na podręczniku *Pedagogika mass mediów* biskupa Adama Lepy z 2000 roku. Wskazano na aksjologiczny, personalistyczny i mezologiczny charakter tej propozycji pedagogiczno-medialnej, porządkując głównie definicje w tym zakresie. Oryginalnie ujęto propozycję religijnej pedagogiki mediów biskupa Adama Lepy w kontekście współczesnego nurtu *faith-based media literacy education*.

Słowa kluczowe: pedagogika mediów, edukacja medialna, kompetencje medialne, religia

Summary

The aim of the article is to study and research the media pedagogy program of Bishop Adam Lepa, its goals, teaching resources and methods, and, above all, the religious dimension of this concept. The work was carried out using the method of literature analysis and criticism, mainly based on the textbook *Pedagogy of mass media* by Bishop Adam Lepa from 2000. The axiological, personalistic and mesological nature of this pedagogical and media proposal was pointed out, mainly organizing definitions in this area. Bishop Adam Lepa's proposals for religious media pedagogy were originally presented in the context of the contemporary trend of *faith-based media literacy education*.

Keywords: media pedagogy, media education, media literacy, religion

Bibliografia

- Archiwum Archidiecezjalne w Łodzi, Zesp. Spuścizna naukowa bpa A. Lepy, Sygn. SPNBAL 2/4, Katolicka koncepcja wychowania do mediów, 2011.
- Blythe T., *Working Hard for the Money: A Faith-Based Media Literacy Analysis of the Top Television Dramas of 2000–2001*, „Journal of Media and Religion” 1 (2002), nr 3, s. 139–151.
- Chmielewski M., *Edukacja medialna – rola w Kościele i kierunki rozwoju*, „Biuletyn Edukacji Medialnej” 2019, nr 1, s. 11–30.
- Cisek S., *Metoda analizy i krytyki piśmiennictwa w nauce o informacji i bibliotekoznawstwie w XXI wieku*, „Przegląd Biblioteczny” 78 (2010), nr 3, s. 273–284.
- Dąbrowska A. J., Drzewiecki P., Górecka D., *Cyfrowa przyszłość. Katalog kompetencji medialnych i informacyjnych*, Warszawa 2012.
- Drzewiecki P., *Christian discernment. Rozoznawanie duchowe jako metoda chrześcijańskiej interpretacji tekstów kultury medialnej*, „Biuletyn Edukacji Medialnej” 2009, nr 1, s. 49–58.
- Drzewiecki P., *Edukacja medialna a nauczanie religii w szkole*, Warszawa 2013.
- Drzewiecki P., *Media Aktywni. Dlaczego i jak uczyć edukacji medialnej?*, Otwock–Warszawa 2010.
- Drzewiecki P., *Renesans słowa. Wychowanie do logosfery w kulturze audiowizualnej*, Toruń 2010.
- Drzewiecki P., *Zadania parafii w zakresie edukacji medialnej*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 23 (2014), nr 4, s. 63–76.
- Eakle A. J., *Literacy Spaces of a Christian Faith-Based School*, „Reading Research Quarterly” 42 (2007), nr 4, s. 472–510.

- Iaquinto S., Keeler J., *Faith-Based Media Literacy Education: A Look at the Past with an Eye toward the Future*, „Journal of Media Literacy Education” 4 (2012), nr 1, s. 12–31.
- Jaeger W., *Paideia. Formowanie człowieka greckiego*, Warszawa 2001.
- Jenkins H., *Co z Harrym Potterem zrobiłby Jezus?*, w: tenże, *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, dz. cyt., s. 193–199.
- Jenkins H., *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, Warszawa 2007.
- Lepa A., *Dlaczego pedagogika mezologiczna?*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 16 (2007), nr 1, s. 133–137.
- Lepa A., *Funkcja logosfery w wychowaniu do mediów*, Łódź 2003; 2006.
- Lepa A., *Pedagogia infosfery człowieka*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 20 (2011), nr 1, s. 169–180.
- Lepa A., *Pedagogika mass mediów*, Łódź 1998; 2000.
- Levinson P., *Nowe nowe media*, Kraków 2010.
- Manovich L., *Język nowych mediów*, Warszawa 2006.
- Marcyński K., *Kompetencja komunikacyjna. Studium medioznawcze*, Warszawa 2017.
- Ogonowska A., *Kompetencje medialne i informacyjne jako nowy typ kompetencji cywilizacyjnych człowieka. Ujęcia modelowe*, w: *Współczesna psychologia mediów. Nowe problemy i perspektywy badawcze*, red. A. Ogonowska, G. Ptaszek, Kraków 2013, s. 38–55.
- Papieska Rada do Spraw Środków Społecznego Przekazu, Instrukcja duszpasterska *Aetatis novae* o przekazie społecznym w dwudziestą rocznicę ogłoszenia Instrukcji *Communio et progressio* (22 lutego 1992), Watykan 1992.
- Pedagogika medialna*, red. B. Siemieniecki, Warszawa 2021.
- Petty G., *Nowoczesne nauczanie. Praktyczne wskazówki i techniki dla nauczycieli, wykładowców i szkoleniowców*, Sopot 2010.
- Pungente J., *Jak znaleźć Boga w Hollywood? Ćwiczenia duchowe na sali kinowej*, Kraków 2008.
- Rzyska A., *Framing analysis z perspektywy pedagogicznej – w stronę edukacji medialnej*, „Przegląd Badań Edukacyjnych Educational Studies Review” 26 (2018), nr 1, s. 230–232.
- Tenorio de Azevedo M. R., *A Case for the Common Good: How Training in Faith-Based Media Literacy Helped Teachers Address Social Justice Issues in the Classroom*, „Journal of Media Literacy Education” 11 (2019), nr 1, s. 97–113.
- Wimmer R. D., Dominick J. R., *Mass media. Metody badań*, Kraków 2008.

Religijna pedagogika medialna w ujęciu biskupa Adama Lepy. Między ciszą a logosferą

Zanim przystąpi się do bardziej precyzyjnej charakterystyki religijnej pedagogiki mediów w rozumieniu, jakie przedstawił w swoich publikacjach biskup Adam Lepy, należałoby najpierw dokonać krótkiej charakterystyki istoty i obszarów zastosowania pedagogiki mediów. Zajmuje się ona w najbardziej podstawowym znaczeniu badaniem wpływu mediów na kształtowanie takich obszarów jak: edukacja, szeroko pojęte wychowanie czy procesy uspołecznienia człowieka. W sensie węższym można ją rozumieć jako kompetencję polegającą na umiejętności krytycznego myślenia jako warunku krytycznego i świadomego odbioru treści medialnych. Szczególnym obszarem takiej formy przygotowania do odbioru mediów jest edukacja medialna¹. Jest to istotne, ponieważ w dobie nadmiaru informacji selekcja treści i ich krytyczna analiza stają się kluczowym elementem kompetencji medialnych, które z kolei pozwalają na unikanie manipulacji i dezinformacji². Można zatem powiedzieć, że media same w sobie są neutralne aksjologicznie, nie są dobre ani złe, o ich

¹ P. Drzewiecki, *Edukacja medialna a nauczanie religii w szkole*, Warszawa 2013, s. 27.

² D. Buckingham, *Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture*, Cambridge 2003, s. 78.

aksjologicznych konsekwencjach decyduje człowiek – zarówno w procesie ich wykorzystania do przekazu, jak również na etapie odbioru tego przekazu. Ostatecznie zatem chodzi o człowieka jako podmiot korzystający z mediów. W naszym kontekście – podmiot wyposażony w odpowiednie kompetencje pozwalające na odpowiedzialne z nich korzystanie.

Po nakreśleniu wstępnych obszarów znaczenia i rozumienia pedagogiki medialnej jako subdyscypliny pedagogiki, należałoby zarysować drogę przejścia do jej religijnego znaczenia i upraktycznienia w postaci postulatu zbudowania pedagogii mediów. Punktem wyjścia dla biskupa Lepy było oczywiście zauważenie ogromnego wpływu mediów na kształtowanie opinii publicznej, gdyż zanim można mówić o opinii jako konkretnym sądzie człowieka na temat rzeczywistości, wcześniej trzeba zauważyć, że nośnikiem do kształtowania takiej właśnie opinii są media. Autor zwraca szczególną uwagę na dwie cechy mediów: ich wszechobecność i możliwość dotarcia do szerokiego grona odbiorców. Ma to zresztą odzwierciedlenie w dokumencie Soboru Watykańskiego II (Dekret o środkach społecznego przekazu – nr. 8 i 14), gdzie mocno podkreśla się konieczność formowania prawidłowej opinii publicznej za pomocą mediów³. Media są zatem narzędziem promowania wartości etycznych i chrześcijańskich, które wspierają rozwój moralny społeczeństwa. Religijna pedagogika mediów jawi się więc jako dziedzina, która integruje wychowanie medialne z zasadami etyki chrześcijańskiej. Jak zauważa Lepa, prawdziwa pedagogia respektuje i rozwija wolność człowieka. Stwierdza, że prawdziwe wychowanie spełnia realne warunki rozwoju tylko wtedy, gdy pedagog uznaje wolność osoby na którą ma wpływ i jest gotowy pomagać w jej doskonaleniu. Można zatem postawić pytanie: skąd w omawianej spuściźnie pisarskiej pojawiła się tak wielka potrzeba religijnej pedagogii mediów? Wydaje się, że do szczególnych okoliczności, jakie miały wpływ na kształtowanie tej koncepcji, można zaliczyć zjawisko manipulacji. Impulsem były badania przeprowadzone wśród studentów Uniwersytetu Warszawskiego w latach 1980–1982. Pozwala to na wprowadzenie pewnej klasyfikacji zjawiska manipulacji, a mianowicie manipulacji: handlowej, politycznej, naukowej i ideologicznej. W odniesieniu

³ A. Lepa, *Opinia publiczna, media i zasady etyki*, „Paedagogia Christiana” 27 (2011), nr 1, s. 93.

do inicjatorów manipulacja może być indywidualna i społeczna, a także spontaniczna i zorganizowana. Z kolei ze względu na rezultaty może być skuteczna, daremna lub bumerangowa – dzieje się to wtedy, gdy przynosi skutek odwrotny do zamierzonego⁴. Ten silny związek mediów i manipulacji doprowadził do stwierdzenia, że media mogą być narzędziem budowania dobra, ale również niszczenia wartości. Jego skutkiem było wprowadzenie w Wyższym Seminarium Duchownym w Łodzi wykładu z pedagogiki mass mediów, który obejmował następujące zagadnienia: 1) przedmiot i zadania pedagogiki mass mediów, 2) charakterystyka mass mediów, 3) pedagogiczny wymiar mass mediów, 4) podstawy wychowania do mass mediów, 5) mass media i osobowość człowieka, 6) kształcenie postaw w wychowaniu do mass mediów, 7) wychowanie i propaganda, 8) logosfera w wychowaniu do mass mediów, 9) mass media jako przedmiot badań pedagogicznych⁵. Można zatem powiedzieć, że podjęcie niniejszego tematu przez omawianego autora było odpowiedzią na ówczesne wyzwania związane z rosnącym wpływem środków masowego przekazu na kształtowanie postaw i opinii współczesnego człowieka.

Celem niniejszego artykułu jest przedstawienie kluczowych elementów religijnej pedagogiki mediów, a także omówienie koncepcji ściśle związanych z podjętym tematem, takich jak: rola ciszy (galenosfera), logosfera i mediosfera.

Geneza religijnej pedagogiki medialnej

Punktem wyjścia do stworzenia religijnej pedagogiki odnoszącej się do mediów były dwa istotne dokumenty nauczania Kościoła: Dekret o środkach społecznego przekazywania myśli *Inter Mirifica* (nr. 8 i 14) oraz Instrukcja Duszpasterska o Środkach Społecznego Przekazu *Communio et Progressio*, kreśląca swoisty wykład na temat teologii mediów. Pierwszy z nich wskazuje na rolę kształtowania opinii publicznej, zarówno w wymiarze

⁴ Tenże, *Manipulowanie człowiekiem jako problem współczesnej pedagogii*, s. 78–79, https://dlibra.kul.pl/Content/26119/10_manipulowanie.pdf [dostęp: 10.02.2025].

⁵ Tenże, *Pedagogika mass mediów w Wyższym Seminarium Duchownym*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 1996, nr 5, s. 132.

indywidualnym, jak i społecznym, przekładając się na życie prywatne i publiczne, i w tym właśnie upatruje jako wręcz moralny obowiązek budowanie tzw. słusznej opinii publicznej. Dokument odwołuje się przy tym do zasad sprawiedliwości i miłości, które należą do filarów budowania życia społecznego⁶. Można do tych ogólnych zasad dopowiedzieć ich podstawowe znaczenie: jeśli sprawiedliwość rozumieć nawet w jej najprostszym sformułowaniu jako oddanie każdemu tego, co mu się należy, zakłada to jednocześnie uchwycenie obowiązku zrobienia czegoś na rzecz drugiej osoby oraz znajomości natury jej potrzeb. Podstawowymi zaś potrzebami wynikającymi z natury osoby są dążenie do prawdy i wolność w jej odkrywaniu. Oznacza to zatem, że przywołana potrzeba budowania „słusznej opinii publicznej” nie oznacza jakiegos arbitralnego uznania słuszności czy racji jednej ze stron, ale słuszność jako *iustum*, czyli wynikające ze sprawiedliwości, „godne” – na miarę godności człowieka – odniesienie do potrzeby człowieka poszukującego prawdy. Z kolei w numerze 14. wspomnianego dokumentu wskazuje się – na przykładzie prasy katolickiej – do wyrabiania chrześcijańskiego sądu. W tradycji katolickiej jest on owocem rozumu praktycznego, który buduje opinię w oparciu na prawie naturalnym i nauce Kościoła, odwołując się jednocześnie do konieczności należytego podawania i wyjaśniania faktów dotyczących życia Kościoła. Dokument zwraca także uwagę na rolę filmu, transmisji wydarzeń religijnych, z akcentem szczególnie na dobro rodziny. Nie ogranicza się przy tym do krytycznego spojrzenia na powstające produkcje, ale ukazuje potrzebę tworzenia katolickich stacji nadawczych, bardzo pragmatycznie podkreślając, że mają one spełniać podwójną rolę: tworzyć materiał na określonym poziomie oraz zatroszczyć się o skuteczność oddziaływania⁷.

Drugi z przywołanych dokumentów⁸, stanowiący tło powstania religijnej pedagogiki mediów, ukazuje istotę „teologii mediów”. W jej

⁶ *Dekret o środkach społecznego przekazu „Inter mirifica”*, w: *Dokumenty Soboru Watykańskiego II*, Poznań 1967, 8.

⁷ *Dekret o formacji kapłańskiej „Optatam totius”*, w: *Dokumenty Soboru Watykańskiego II*, dz. cyt., 14.

⁸ „Communio et Progressio” (CP) jest zdaniem biskupa Adama Lepy pełnym i wysoce kompetentnym wykładem teologii mediów – tenże, *Media – czwarta władza, czy służba człowiekowi?*, „Łódzkie Studia Teologiczne” (9) 2000, s. 178.

ramach media mają swój jasny cel – zjednoczenie i postęp ludzkości (1). To zjednoczenie nie jest formą przypadkowego współlistnienia osób, lecz wspólnotą braterską (2). Ma ona prowadzić do wzajemnego zrozumienia i pokoju (8). Wśród obszarów odpowiedzialności mediów akcentuje się służbę prawdzie i dobru wspólnemu, które jest przeciwwagą dla manipulacji i fałszu, ta zaś służba musi być oparta na rzetelnych faktach (17) oraz umacniać wartości moralne i społeczne (18). W tym punkcie dochodzimy do istoty, która staje się zasadniczym odniesieniem niniejszego artykułu – dokument zwraca uwagę na obowiązek kształtowania świadomych odbiorców mediów. Osoby odpowiedzialne za wychowanie powinny uczyć rozpoznawania treści zgodnych z prawdą i wartościami chrześcijańskimi (67), ale również odpowiednio przygotowywać twórców mediów (71). Wraca tu przywołana już myśl, że propozycja religijnej pedagogiki mediów nie ogranicza się do krytycznego podejścia do gotowych treści przekazu, ale powinna przypominać także o obowiązku przygotowania osób do tworzenia takich właśnie treści.

Kluczowe koncepcje religijnej pedagogiki medialnej

Cisza (galenosfera) jako fundament pedagogii mediów

Pierwszą z poruszanych przez biskupa Lepę koncepcji zdaje się cisza jako jeden z istotnych elementów całej pedagogii medialnej. Wpisuje się ona w szeroko pojęte wychowanie do mediów. Pierwszymi adresatami owego wychowania są ludzie młodzi. W takim ujęciu pierwszym etapem wychowania jest takie przygotowanie osoby do odbioru mediów, aby jego następstwem był pełny rozwój osobowości. Często powtarza się, że „słowo karmi się ciszą”, może więc szczególnie w erze dominacji obrazu należałoby dowartościować ciszę w szeroko pojętej kulturze audiowizualnej. Zarówno w czasie powstawania tej koncepcji, jak również dzisiaj ciągle aktualne pozostaje poszukiwanie postawy wyciszenia. Osiągnięcie takiej postawy jest mozolnym i długotrwałym procesem, który zakłada cały zespół

działań⁹. Postawa wyciszenia staje się w ten sposób odpowiedzią na deficyt ciszy, który może prowadzić do groźnych następstw, takich jak obniżenie poziomu życia duchowego i religijnego. Ten deficyt ciszy – jak zauważa Adam Lepa – ma dwie przyczyny; pierwsza to jej zwyczajne niedocenywanie, druga zaś – brak akceptacji ciszy czy wręcz swoista niemożność wejścia w ciszę, która skutkuje jej lekceważeniem. Wpisuje się to w dobrze znane narracje – czego nie można osiągnąć, należy wykpić i zdyskredytować. W wymiarze duchowym jest ona priorytetem¹⁰, co nie oznacza, że ma mniejsze znaczenie w życiu codziennym. Jej potrzeba pojawia się jako warunek osiągnięcia najbardziej ambitnych aspiracji¹¹.

W niniejszym tekście próbuje się dokonać rekonstrukcji wychowania do mediów i właśnie dlatego należy nieustannie przypominać, że w proponowanym wydaniu jest ona na wskroś osadzona religijnie. Biskup Lepa przywołuje dwa autorytety z kręgu duchowości benedyktyńskiej. Pierwszą z nich jest Anna Maria Canopi, przeorysza włoskich benedyktynek, która stawia tezę, że cisza jest cechą konstytutywną człowieka¹². Można pokusić się o komentarz, że w takim razie wszelkie słowo rodzi się z ciszy albo – jeszcze inaczej – skoro słowo wyraża myśl, to myślenie rodzi się w ciszy. Drugim przywołanym autorytetem jest Laurence Freeman, ówczesny dyrektor centrum medytacji w Londynie, benedyktynek, uważający ciszę za najważniejsze wyzwanie współczesnego chrześcijaństwa. Najmocniejszy jednak argument znajduje biskup Lepa w wypowiedzi papieża Benedykta XVI, który w orędziu z okazji Dnia Środków Społecznego Przekazu pod znamienym tytułem *Milczenie i słowo drogą ewangelizacji*¹³ zauważa: „w ciszy słyszymy i poznajemy lepiej samych siebie, rodzi się i pogłębia myśl, wyraźniej rozumiemy to, co chcemy powiedzieć, albo

⁹ Tenże, *Funkcja ciszy w wychowaniu do mediów*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 18 (2009), s. 178–179.

¹⁰ *Uzdrowiająca moc ciszy*, „Różaniec” 2008, nr 9, s. 4–5.

¹¹ A. Lepa, *Funkcja ciszy*, dz. cyt., s. 180.

¹² A. M. Canopi, *Silenzo*, Bologna 2008, s. 7–10.

¹³ Benedykt XVI, *Milczenie i słowo drogą ewangelizacji. Orędzie na XLVI Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu*, https://www.vatican.va/content/benedict-xvi/pl/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20120124_46th-world-communications-day.html [dostęp: 11.03.2025].

to, czego oczekujemy od innego człowieka, dokonujemy wyboru, jak się wyrazić”¹⁴.

W takim ujęciu cisza staje się szerokim horyzontem słowa. Można zatem postawić pytania: czy takie właśnie miejsce ciszy przewidujemy nie tylko w wychowaniu do mediów, ale również w kształceniu przyszłych dziennikarzy? Czy nie stawia się zbyt na słowo, które ma wypełnić wszystko, by nie powiedzieć, że ma wypełnić pustkę? Można by to wyrazić jeszcze inaczej: słowem jakby „okrywamy” pustkę, cisza zaś w dojmujący sposób ją odsłania. Może właśnie dlatego tak bardzo podświadomie bronimy się przed ciszą. W ten właśnie sposób dochodzimy do najważniejszego wymiaru ciszy – cisza jest językiem Boga. To właśnie w niej Bóg stara się wyrazić to, co najważniejsze, jak zauważa papież Benedykt XVI – Bóg wyraża siebie również w ciszy, która staje się „misterium Jego milczenia” jeszcze bardziej wymownym niż słowo¹⁵. Biskup Lepa kontynuuje wątek, ukazując, że w ciszy najwyraźniej można dostrzec związek pomiędzy wydarzeniami, a także znaleźć niebanalne odpowiedzi na pojawiające się pytania¹⁶.

Interesujący jest też związek ciszy i słowa. W odniesieniu do mediów zawsze jako pierwsza przychodzi na myśl komunikacja. Oczywiście można ją rozumieć wyłącznie procesualnie. Wolę jednak ujmować ją w klasycznej triadzie: *communicatio – communicare – communitas*¹⁷. Wtedy od razu widać cel wszelkiej komunikacji: zauważenie godności podmiotów, zarówno mówiącego, jak i słuchającego, oraz cel wszelkiej komunikacji, jaką jest budowanie wspólnoty. Można zatem stwierdzić – za Benedyktem XVI – że „milczenie jest integralną częścią komunikacji i nie istnieją bez niego słowa bogate w treść”¹⁸.

Jak zatem wychowywać człowieka do ciszy? Przede wszystkim należy ukazywać ją jako rzeczywistość atrakcyjną, zwracając uwagę na jej zalety.

¹⁴ Tamże, s. 1.

¹⁵ Tamże, s. 2.

¹⁶ A. Lepa, *Etyka ciszy w edukacji medialnej*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 21 (2012), s. 146.

¹⁷ Szerzej o triadzie zob. J. A. Sobkowiak, *Godność w komunikacji: communicatio, communicare, communitas*, „Studia Theologica Varsaviensia” 41 (2003) nr 2, s. 161–167.

¹⁸ Benedykt XVI, dz. cyt.

Oprócz przytoczonych już obszarów można dodać również takie jak kultura języka czy zachowanie własnej tożsamości. Chodzi zatem o twórcze milczenie, które nie wskazuje na brak potrzeby relacji, przeciwnie, chodzi o zorganizowanie środowiska wokół ciszy, która prowadzi do postawy wyciszenia¹⁹. Mówiąc o środowisku zorganizowanym wokół ciszy, ma się na myśli najpierw rodzinę. To ona jawi się jako środowisko najbardziej pożądane w procesie wychowania do mediów. Biskup Lepa powie wprost, że edukacja medialna, w której pomija się problematykę ciszy, jest niepełna i mało skuteczna²⁰. To dom rodzinny jest idealnym miejscem uczenia się sztuki narracji, która rozwija wyobraźnię i język, jest pierwszą szkołą zetknięcia się z odrębnością poglądów, a także doskonalą umiejętność wewnętrznego skupienia²¹. Cytując Romana Brandstaettera²², Adam Lepa zauważa, że cisza jest „kolebką słowa”, a te dwie wartości – cisza i słowo – można nazwać „bliźniętami ludzkiej duszy”²³. Jak wiele wniosków można wyciągnąć z tych kilku przywołanych obrazów ciszy jako fundamentu mediów?

Logosfera środowiskiem słowa

Po rekonstrukcji roli ciszy w pedagogii medialnej przechodzimy do nakreślenia roli i znaczenia logosfery w kontekście słowa. Czym jest logosfera w ujęciu biskupa Lepy? Zanim przejdzie on do definicji, najpierw ukazuje potrzebę ładu moralnego w środowisku, niezależnie od jego charakteru. W dzisiejszym kontekście warto zauważyć, że w proponowanej koncepcji nie chodzi tylko o ład medialny oparty na pewnych regulacjach prawnych, chodzi przede wszystkim o medialny ład moralny. Właśnie ta nowa triada: media – ład – moralność pokazuje jakby dopełnienie tego, czym w istocie jest i powinna być sfera medialna. Biskup Lepa wskazuje na trzy wymiary

¹⁹ A. Lepa, *Funkcja ciszy*, dz. cyt., s. 182–183.

²⁰ Tamże, s. 150–151.

²¹ Tamże, s. 184.

²² R. Brandstaetter, *Księga modlitwy*, Poznań 1985, s. 85.

²³ Na teksty R. Brandstaettera Adam Lepa powołuje się w swoim artykule: tenże, *Etyka ciszy*, dz. cyt., s. 148.

takiego ładu: decydenci mediów, zwykli dziennikarze oraz etyczność warsztatu dziennikarskiego²⁴.

Przejdźmy zatem do definicji logosfery. Można ją rozumieć w sensach szerokim i wąskim. W tym pierwszym mamy na myśli całą warstwę słowa w środowisku konkretnego człowieka, ale w całości jego odniesień – dom, miejsce pracy, uczelnia. Z kolei logosfera w sensie wąskim to konkretny typ środowiska (np.: rodzina, szkoła, parafia). Oczywiście w kręgu naszych zainteresowań pozostaje przede wszystkim logosfera w sensie wąskim. Mówiąc o logosferze, można ją rozpatrywać w ujęciach statycznym i dynamicznym. W pierwszym oznacza strukturę, która oczywiście jest istotna, ponieważ to ona definiuje charakter funkcjonalny logosfery. Ważniejsze jest jednak ujęcie statyczne. Wskazuje się w nim na sześć składników: lekturę osobistą i wspólną, żywe słowo w dialogu z drugim człowiekiem, bezpośrednie spotkania z mistrzami słowa (poloniści, aktorzy, kaznodzieje, dziennikarze itp.), słowo odbierane z mediów (recytowaną poezję, słuchowisko, serwisy informacyjne, wykłady i konferencje itp.), modlitwę – prywatną i wspólną, ciszę (podejmowaną spontanicznie i w następstwie wspólnej decyzji)²⁵. Należy od razu podkreślić, że najważniejszym składnikiem logosfery w ujęciu dynamicznym jest sam człowiek.

Rozważając logosferę w kontekście pedagogii mediów, należy zapytać o jej wychowawczy charakter. Gdy logosfera jest środowiskiem dobrze zorganizowanym, chroni jednostkę przed zagrożeniami na cztery sposoby: zapobiega dominacji obrazu i marginalizacji słowa, dzięki dialogowi międzyludzkiemu aktywizuje środowisko, dowartościowuje ciszę (wraca istotny, a przywołany już wcześniej temat) oraz pomaga w budowaniu wspólnoty²⁶. W odniesieniu do funkcjonalności logosfery można wskazać na trzy podstawowe właściwości: prymat słowa, dialogiczność logosfery oraz jej środowiskowy charakter. W odniesieniu do prymatu słowa należy odnotować, że w twórczości biskupa Lepy nie są bynajmniej niezauważane takie elementy

²⁴ Tenże, *Logosfera a ład moralny*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 2007, nr 16, s. 143.

²⁵ Tamże, s. 144. Podobne wyliczenia można znaleźć w tenże, *Logosfera a więzi społeczne*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 15 (2006), s. 148.

²⁶ Tenże, *Funkcja logosfery w wychowaniu do mediów*, Łódź 2006, s. 147n. Szerzej na ten temat zob. tenże, *Funkcja logosfery w wychowaniu do mediów*, Łódź 2003, s. 262.

budowania środowiska jak: obraz, muzyka czy szeroko pojęta rozrywka. Słowo zajmuje jednak miejsce szczególne, ponieważ buduje dialog, wspólnotę oraz wspiera rozwój umysłowy. Drugą właściwością jest dialogiczność. W naszym kontekście szczególnego znaczenia nabiera dialog z mediami, można by także dopowiedzieć dialog w mediach. Dialogiczność zakłada też narrację. Warto jednak zauważyć, że dzisiaj narrację rozumie się nie jako opis rzeczywistości, lecz jej kreację. To narracja zatem buduje rzeczywistość. Przy takim podejściu słowo nie spełniłoby jednak swojej roli, gdyż wyprowadzałoby człowieka z tego, co jest realnością jego życia. Trzecią właściwością logosfery jest jej charakter środowiskowy. Biskup przywołuje w tym kontekście rozróżnienie pomiędzy środowiskiem pedagogicznym a środowiskiem wychowawczym. Zwraca jednak uwagę, że zbudowanie środowiska pedagogicznego, czyli pewnych struktur, już samo w sobie wpływa na rozwój uczestników biorących udział w takim tworzeniu struktur²⁷. W tym sensie nasuwa się wniosek, że samo zaistnienie logosfery już pozytywnie wpływa na etyczne podstawy społeczeństwa komunikacji. Próbuując dokonać krótkiego podsumowania zasadniczych wątków w kontekście logosfery i przenosząc to na współczesny kontekst, można stwierdzić, że tym, czego brakuje dzisiaj w aspekcie wychowania do mediów, jest właśnie środowisko, które ukazuje dosłowność (wykazanie, że za wypowiedzianym słowem stoi ktoś) i dorzeczność ludzkiej egzystencji (jako odniesienie tego, o czym się mówi do określonej, istniejącej realnie rzeczywistości). Niestety często brakuje tych właśnie elementów w procesie właściwego przygotowania do odbioru mediów, co sprawia, że daje się słowu pewną autonomię, czasem odcinając je wręcz od autora, a dalej czyni się przekaz niedorzecznym, w takim sensie, że próba złożenia określonej wizji rzeczywistości na bazie przeciwstawnych przekazów sprawia, że nie zostaje spełniona jedna z podstawowych funkcji mediów, jaką jest nie tylko umocnienie autonomii na poziomie odbioru przekazów medialnych, ale również mocne osadzenie człowieka w rzeczywistości jako bytu świadomego swojej roli w społeczeństwie – to właśnie owa dorzeczność.

Odnosząc zagadnienie logosfery do wymiaru etycznego, można zauważyć, że tworzy się kolejna, niedająca się rozdzielić triada: galenosfera, logosfera

²⁷ Tenże, *Logosfera a więzi społeczne*, dz. cyt., s. 149.

i mediosfera. Nie da się zbudować mocnej logosfery jako środowiska słowa bez uprzedniego wykorzystania tego, co było przedmiotem wcześniejszych analiz (cisza) i bez ostatecznego odniesienia do tego, co będzie przedmiotem opisu na poziomie mediosfery. Streszczając główne wątki logosfery w kontekście etycznym, należałoby zacząć od związku pomiędzy informacją a komunikacją oraz poddania analizie stwierdzenia biskupa Lepy, że informacja często dzieli ludzi i wzmacnia konflikty, a nawet słyca i banalizuje podstawowe wartości. A przecież to właśnie informacja oparta na słowie powinna być szczególnym czynnikiem budującym relacje międzyludzkie. Autor dopowiada jednak, że to zwątpienie w rolę wspólnototwórczą informacji wypływa z jednej strony z nadmiaru informacji (warto tu przywołać rolę ciszy jako momentu świadomego przetworzenia informacji), z drugiej zaś – z dezinformacji i manipulacji²⁸.

Istotna wydaje się próba zbudowania definicji społeczeństwa komunikacji, które od społeczeństwa informacji różni się przede wszystkim jakościowo. Jego celem jest nie tylko przekaz informacji, dzisiaj dopowiedzielibyśmy danych, ale również (a może przede wszystkim) budowanie autentycznego międzyludzkiego porozumienia. Pobrzmiwa tu znana etyczna zasada prymatu etyki nad techniką, prymatu osoby nad technologią. W tym kontekście społeczeństwo komunikacji jawi się jako wspólnota osób, a nie infrastruktura przesyłania informacji. Tak rozumiane społeczeństwo jest celem, ale poprzedza je długi proces wymagający zaangażowania, refleksji i formacji. To właśnie dlatego w opisie trzech wcześniej opisanych obszarów tak ważne jest uświadomienie sobie, że jest to w kluczu budowania pewnej pedagogii medialnej²⁹. Podsumowując zagadnienie logosfery można stwierdzić, że jest ona tak istotna, ponieważ bazuje na słowie, a słowo wypowiada człowiek i tylko człowiek może słowo przyjąć. Szczególnego wydzźwięku nabiera logosfera w płaszczyźnie teologicznej w odniesieniu do Chrystusa, który jako odwieczny Logos staje się jednocześnie punktem wyjścia i horyzontem naszych słów. W tym sensie w logosferze chrześcijanina najważniejszy jest Chrystus, który – proponując takie elementy logosfery jak słowo

²⁸ Tenże, *Logosfera a etyka społeczeństwa komunikacji*, „Annales” II (2008), nr 2, s. 134–138.

²⁹ Tamże, s. 140–141.

wzbożone modlitwą i medytacją – staje się szczególnym miejscem rozwoju pełnej osobowości człowieka³⁰.

Mediosfera miejscem zadań i wyzwań

Podobnie jak w odniesieniu do logosfery, etymologia tego pojęcia jest dość oczywista – mieści w sobie media jako środek komunikacji oraz środowisko, w jakim te media oddziałują na człowieka. Niewątpliwie mediosfera dotyczy wszelkich przejawów życia człowieka, w których daje się zauważyć obecność mediów, jednak zdaniem biskupa Lepy do szczególnych obszarów można zaliczyć: wychowanie, wzajemną komunikację, życie publiczne i kulturę³¹. W dalszym budowaniu koncepcji mediosfery Adam Lepa odwołuje się do już dobrze znanej kategorii, a mianowicie środowiskowego charakteru mediów. To, co wydaje się szczególnie istotne, to zauważenie, że dotychczas (a był to rok 2010) media traktowano jako element wpływu na kształtowanie środowiska życia człowieka, natomiast od pewnego momentu zaczęły tworzyć środowisko życia, które samo w sobie staje się autonomiczną sferą życia człowieka. Jednak biskupowi Lepie chodziło nie tyle o zachwyty nad światem wirtualnym czy też obawy z nim związane. Takie nazbyt ogólne podejście do problemu nie rodzi wielkich wyzwań, ani też nie daje szans na skuteczne rozwiązania. Współczesny świat (2025 rok) pokazuje, że traktowanie wpływu mediów na życie człowieka, skupione wyłącznie na samych mediach nie jest wystarczające. I w tym właśnie aspekcie ujawnia się niesamowita intuicja biskupa Lepy. Jak zauważa, kiedy mówimy o mediosferze, musimy mieć świadomość, że jest ona środowiskiem mediów konkretnego człowieka, oryginalnym i niepowtarzalnym. Oznacza to, że również problemy, które rodzi, są w jakimś sensie bardzo jednostkowe i niepowtarzalne. Należy jeszcze dopowiedzieć, że środowisko mediów ma swoje warstwy występowania: ikonosfera z warstwą obrazu, logosfera (słowo), sonosfera (dźwięk) i galenosfera (warstwa ciszy). Można by jeszcze do tych wyliczeń dołączyć

³⁰ Tenże, *Logosfera*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 4 (1995), s. 200.

³¹ Tenże, *Mediosfera człowieka*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 19 (2010), s. 159.

czynniki decydujące o kształcie mediosfery: liczbę i rodzaj mediów mających wpływ na konkretnego człowieka oraz siłę ich oddziaływania, a także drugi czynnik, czyli sposób odbioru mediów przez jednostkę, biorąc pod uwagę jej nastawienie, preferencje, przyzwyczajenia³².

Jeśli zatem można wydzielić mediosferę jako autonomiczne środowisko życia człowieka, pojawia się nowe wyzwanie. Skoro dotąd rola rodziny sprowadzała się do przygotowania człowieka do udziału w środowisku życia, które jest dla niego zewnętrzne i w którym warstwa medialna zaczyna być coraz bardziej istotna, to teraz należałoby poczynić jakby niezależne – obok przygotowania do wejścia w świat – przygotowania do wejścia właśnie w mediosferę. Wątek rodziny jawi się – dla biskupa Lepy – jako bardzo istotne środowisko wychowawcze, również w tym obszarze. Rodzina, zyskując nowe zadania, zyskuje też nową nazwę – „mediosfera rodziny”. Jest ona środowiskiem optymalnym wychowania człowieka w omawianym aspekcie. Odwołując się do zarysowanych już elementów struktury mediosfery, zostają omówione jej poszczególne elementy. W kluczu ikonosfery rodziny zauważa się występowanie takich mediów jak: telewizja, film wideo (sic!), Internet. Biorąc pod uwagę, że propozycja pochodzi z roku 2010, można opuścić już wyliczanie dotyczące wersji papierowych, jak: albumy, fotografie, foldery i inne. W warstwie logosfery rodziny wymienia się: książki, prasę i radio, w warstwie sonosfery rodziny zaś, oprócz wskazanych na poziomie ikonosfery, dorzuca się wszelkie nagrania na nośnikach dźwięku. Można oczywiście podsumować te wyliczenia jako pewien relikwiarz przeszłości mediów i podsumować jako współcześnie mało już znaczące. Jest jednak jeden aspekt, na który warto zwrócić szczególną uwagę – galeosfera rodziny. Rola ciszy była już szeroko omówiona w niniejszym tekście, warto zwrócić więc uwagę na to, co ją szczególnie zakłóca i niszczy, a są nimi wszelkie „szumy informacyjne”. Nie chodzi tylko o typowe elementy techniczne zakłócające ciszę, ale przede wszystkim o różnorakie treści, które przyzwyczajają człowieka do hałasu. Wreszcie należałoby też powiedzieć, że takim elementem „szumu informacyjnego” jest wpływ innych ludzi, chociażby przez opinię publiczną. To w tej warstwie człowiek kontaktuje się

³² Tamże, s. 160–161.

z drugim człowiekiem, wymieniając informacje na temat odbieranych mediów³³. Można zatem podsumować tę część refleksji, podkreślając rolę drugiego człowieka. Wraca tu poruszany już wątek medium jako środka komunikacji, sama zaś komunikacja zawsze odbywa się pomiędzy ludźmi. Przenosząc to na grunt współczesnych zagrożeń należy podkreślić, że największym niebezpieczeństwem, zwłaszcza dla młodego człowieka, byłoby takie korzystanie z mediów, w którym nie byłoby miejsca na element kontrolny ze strony drugiego człowieka czy też na refleksję na temat tego, jak media pomagają lub przeszkadzają w szeroko pojętej komunikacji międzyludzkiej. Dobrym ukazaniem komunikacji interpersonalnej będzie syntetyczny opis, jaki zaproponowała Maja Bednarska:

Komunikacja interpersonalna zachodzi wówczas, kiedy nadawcą i odbiorcą są konkretni ludzie. Jest to podstawowy kontakt między osobami i fundament pozostałych typów komunikowania między ludźmi. To tradycyjny model „twarzą w twarz” dyskursu dwojga lub niewielkiej ilości osób. Nadawca kieruje do odbiorcy przekaz o partykularnej treści, chcąc odnieść zamierzony skutek i osiągnąć konkretny cel. Z takim typem komunikacyjnym mamy do czynienia na co dzień w swoich domach, pracy, sklepie. Wszędzie gdzie spotykamy drugą osobę i wchodzimy z nią w interakcję, wymianę znaków. Bowiernie wzajemne oddziaływanie na siebie uczestników komunikacji jest nieodzowne w określeniu komunikacji mianem interpersonalnej, kiedy uczestnicy komunikacji mogą zarówno odbierać, jak i nadawać treści³⁴.

Rodzina – optymalne środowisko wychowania do mediów – jawi się jako bardzo istotny element, o czym świadczą wielokrotne powroty do tej idei podejmowane przez biskupa Lepę. Warto przytoczyć drogę kształtowania się takiego właśnie podejścia do roli rodziny w wychowaniu do mediów. Autorem przywołanym jest Joseph Thomas Klapper i jego idea

³³ Tenże, *Mediosfera człowieka*, dz. cyt., s. 162–163.

³⁴ M. Bednarska, *Wolność człowieka w komunikacji medialnej*, Kraków 2020, s. 49. Punktem wyjścia dla Bednarskiej w budowaniu definicji komunikacji interpersonalnej była starsza o dekadę książka S. P. Morreale, B. H. Spitzberg, J. K. Barge, *Komunikacja między ludźmi*, Warszawa 2011.

wpływu „czynników pośredniczących”³⁵. Jak zatem przebiega droga do ukazania rodziny w ramach wspomnianych czynników pośredniczących? Najpierw ukazuje się cechy osobowe odbiorcy (naiwność, podatność na wpływy, naśladownictwo), a następnie – postawy odbiorcy wobec mediów (pełna akceptacja i życzliwość lub nieufność, podejrzliwość i lekceważenie). Kolejne czynniki to oddziaływanie grupy, z którą identyfikuje się odbiorca, oraz przeżywane przez odbiorcę interakcje, gdy w proces odbioru mediów wchodzi inne osoby. Później należy wymienić przywódców opinii i wreszcie kulturę, w której wyrasta odbiorca. Zwieńczeniem jest natomiast rodzina, której szczególny wpływ bierze się z faktu, że jest środowiskiem wychowania człowieka od wczesnych lat dzieciństwa. Jeśli proces w rodzinie jest kontynuowany, przynosi największe rezultaty i ma istotny wpływ. Tak właśnie rodziła się rola rodziny jako optymalnego środowiska wychowania do mediów w rozumieniu Adama Lepy³⁶.

Wpływ mediosfery rodziny na wychowanie do mediów zależy jeszcze od jednego bardzo istotnego czynnika: czy jest ona zorganizowana, czy niezorganizowana. Niezorganizowana wyraża się w tym, że osoby dorosłe w rodzinie nie są świadome wpływu mediów na wychowanie. Jak zauważa Lepa, brak świadomości wpływu mediów może nawet sprzyjać rozwijaniu się szkodliwych wpływów. Piszę o tym z perspektywy kilkunastu lat od napisania tych słów i jestem pełen podziwu dla trafności i wnikliwości opisu rzeczywistości rodziny. Obecnie wydaje się, że świadomość rodziny w tym względzie jest o wiele większa. Wystarczy jednak codzienna obserwacja, by stwierdzić, że dziecko pozostawione w domu sam na sam z mediami czy zajęte wpatrywaniem się w telefon w obecności dorosłych, toczących ze sobą rozmowy „jakby dziecko nie było obecne”, potwierdzają, że w wielu rodzinach szeroko pojęty dostęp do mediów jest rozumiany jako forma zorganizowania czasu dziecka. Zupełnie inaczej wygląda sytuacja w zorganizowanej mediosferze rodziny. Wymaga to jednak od rodziców przynajmniej podstawowej znajomości mediosfery i zasad jej funkcjonowania. Przy założeniu takiej świadomości wpływu mediów można podjąć w wychowaniu

³⁵ J. T. Klapper, *The Effects of Mass Communication*, New York 1960, s. 15–43.

³⁶ A. Lepa, *Pedagogia mediosfery*, „Paedagogia Christiana” 30 (2012), nr 2, s. 219.

nie tylko element krytycznej oceny wpływu mediów, ale również dokonać w odpowiednim czasie trafnych korekt szeroko pojętej pedagogii rodziny³⁷.

Religijna pedagogika medialna w praktyce

Po zaprezentowaniu genezy i kluczowych koncepcji religijnej pedagogiki medialnej, należałoby przejść do jej osadzenia w wymiarach jeszcze bardziej praktycznych. Pierwszą jest niewątpliwie płaszczyzna etyczna, dająca podbudowę religijnej pedagogice medialnej, drugą zaś to, co jest istotą prezentowanego tekstu – religijna pedagogika jako szczególny postulat wychowania do mediów.

Płaszczyzna etyczna

Jednym z istotnych obszarów, na temat których należy podjąć bardziej szczegółową analizę, są media w aspekcie kształtowania opinii publicznej. Ścieranie się opinii i wymiana poglądów z próbą ich kształtowania nie są niczym nowym, o czym świadczy chociażby ateńska Agora. Grecy jednak zamiast pojęcia opinia publiczna woleli używać innego terminu – *feme*, czyli pogłoska. Z kolei Rzymianie ukuli sentencję *vox populi, vox dei*, co oznaczało, że tak bardzo ceni się opinię większości obywateli, iż przyrównuje się ją niemal do głosu bogów. Korzeni pojęcia „opinia publiczna”, a także znaczenia, w jakim używamy go dzisiaj, większość badaczy dopatruje się w dziele Jana-Jacquesa Rousseau *Discours sur les Sciences et les Arts*, za popularyzatora uznaje się zaś Jacquesa Meckera, ministra finansów Ludwika XVI³⁸. Nie do końca można się jednak zgodzić z Adamem Lepą, gdyż Rousseau nie tyle definiuje opinię publiczną, ile pokazuje jej narzucającą się rolę na przykładzie sztuki, która w istocie lansuje to, co Rousseau nazywa „podłą i zwodniczą jednolitością”. Wyraża to w następujący sposób:

³⁷ Tamże, s. 221.

³⁸ Przegląd stanowisk za tenże, *Opinia publiczna, media i zasady etyki*, dz. cyt., s. 90.

Dziś, gdy subtelność dociekań i wyrafinowany smak zostały zredukowane do umiejętności przypodobania się jako zasady, w naszych obyczajach panuje nędzna i zwodnicza jednolitość, a wszystkie umysły zdają się jakby wylane z jednej i tej samej formy: uprzejmość wymaga, a przyzwoitość nakazuje, kroczenie bez przerwy drogą konwenansów, nigdy własnej inspiracji³⁹.

W obszarze medioznawczym przyjmuje się dzisiaj – za Emilią Zakrzewską – że opinia publiczna „(z fr. *l'opinion publique*) [to] zbiór poglądów, przekonań i stanowisk wyrażanych publicznie przez poszczególne grupy społeczne, odnoszących się do bieżących kwestii dotyczących owych grup, istotnych dla aktualnych lub przyszłych interesów społecznych”⁴⁰. W tym zakresie szczególnie istotna jest rola mediów. Jak zauważa Adam Lepa, często sprowadzamy rolę mediów wyłącznie do ich funkcji. Tymczasem – i ta teza wraca wielokrotnie w pismach naszego autora – funkcje wyływają z podejmowanego działania, to zaś nie jest prostą sumą funkcji spełnianych przez media. Jakie są zatem zasadnicze funkcje mediów? Najpierw funkcja informacyjna, potem rozrywkowa oraz edukacyjna. Poniżej znajduje się omówienie każdej z nich.

Funkcja informacyjna jest wymieniana jako pierwsza, ponieważ odpowiada na fundamentalną potrzebę człowieka bycia poinformowanym. Dopiero człowiek poinformowany i świadomy swojej roli w życiu społecznym jest w stanie budować zręby społeczeństwa. Zarówno informacja, jak i opinia publiczna będą przebiegały w coraz szybszy sposób. Dzisiaj doświadczamy tego, co znaczy aktualność informacji i jak opinie potrafią wpływać na rzeczywistość. Z jednej strony można się cieszyć, że poziom poinformowania człowieka znacznie wzrósł, a jego poglądy w określonych kwestiach są o wiele szybciej przekładane na rzeczywistość. Trzeba jednak pamiętać, że funkcja ta może być wykorzystywana również do dezinformacji i w konsekwencji do urabiania opinii publicznej. Funkcja rozrywkowa odwołuje się do człowieka

³⁹ Tłum. własne. J. J. Rousseau, *Discours sur les Sciences et les Arts*, s. 10, <https://philosophie.cegeptr.qc.ca/wp-content/documents/Discours-sur-les-sciences-et-les-Arts-1750.pdf> [dostęp: 11.03.2025].

⁴⁰ E. Zakrzewska, *Opinia publiczna*, w: *Leksykon terminów medialnych M–Z*, red. K. Wolny-Zmorzyński, K. Doktorowicz, P. Płaneta, R. Filas, Toruń 2024, s. 50.

jako *homo ludens*. W odniesieniu do tej funkcji człowiek staje się coraz bardziej konsumentem mediów i człowiekiem bezwolnym. I nie jest w tej chwili najważniejsze, że dla Lepy takim narzędziem była telewizja, a dzisiaj jest nim Internet. Ważne jest to, że opisywane przez niego mechanizmy są ciągle bardzo aktualne. W realizacji tej funkcji upatruje się działania bezpośrednie i pośrednie. Bezpośrednio media wpływają na odbiorcę przez kształtowanie postaw, zainteresowań i motywacji poprzez cechy instrumentalne (wiedza, uzdolnienia, umiejętności) oraz cechy kierunkowe, czyli takie, które wypływają z tych pierwszych. Pośredni wpływ mediów wyraża się natomiast w oswojaniu odbiorcy z pewnymi treściami, jak chociażby przemoc, pornografia, i w ten sposób pośrednio kształtują oceny i opinie. Bardzo aktualny wydaje się jeszcze jeden obszar funkcji mediów, zwany funkcjami uzurpowanymi. Nie wyczerpują się one w powyższych, ale można do nich zaliczyć takie elementy jak chociażby: solidaryzowanie się z określoną poprawnością polityczną, instrumentalne traktowanie prawdy czy destabilizacja ładu społecznego. Wszystko to może prowadzić do rzeczywistości nazywanej mediokracją⁴¹. W wymiarze etycznym istotny jest również fakt, że media – powołując się na większość – próbują definiować również takie obszary życia jak moralność⁴².

Potrzeba zatem selektywnego odbioru i krytycznego myślenia. Temu miała służyć – zdaniem biskupa Lepy – edukacja medialna. Kiedy dostrzega się, z jakimi oporami jest ona wprowadzana dzisiaj, można postawić pytanie, czy decydując na odbiorcy krytycznym, czy bardziej na odbiorcy bezwolnie idącym za opinią większości. Czym zatem jest ów selektywny odbiór mediów? Przede wszystkim taki typ odbioru nie może być okazjonalny, lecz musi być stały, co oznacza postawę, a nie cechę zmienną i nietrwałą. Sелеktywność oznacza również, że odbiorca dobiera media i treści w zależności od stawianych sobie celów. Ważne jest jednak podkreślenie, że cele znajduje poza mediami. Można zatem stwierdzić, że postawa selektywnego odbioru mediów jest ściśle związana ze zdolnościami jednostki do umiejętnego wybierania w różnych sytuacjach życia. Warto zwrócić uwagę

⁴¹ A. Lepa, *Opinia publiczna, media i zasady etyki*, dz. cyt. s. 93–95.

⁴² Tamże, s. 90.

na dwa przywoływane zjawiska: nadmiar informacji i kryzys rozumienia⁴³. Pierwsze sprawia, że człowiek nie jest w stanie przetworzyć podawanej mu informacji, drugie zaś, że zwalniając się z rozumienia pewnych obszarów życia, nieświadomie przyjmuje w tych obszarach poglądy innych. Dobrze wyraził to sto lat temu Robert Musil, mówiąc o człowieku bez właściwości⁴⁴. Jest to człowiek, który albo ma poglądy z góry lansowane przez większość (świadomie), albo powtarza nieświadomie poglądy zasłyszane. Nie ma więc owej „właściwości”, która pozwala na krytyczne rozumienie rzeczywistości i nieuleganie przywołanej już „podłej i zwodniczej jednolitości”.

Płaszczyzna pedagogiczno-religijna

Można rozpocząć od pozornie banalnie brzmiącej tezy, że służba prawdzie w mediach jest służbą człowiekowi⁴⁵. Jest to nawiązanie do słów Jana Pawła II podczas wizyty polskich biskupów *ad limina Apostolorum* 14 lutego 1998. Biskup Lepa przywołuje te właśnie słowa: „Należy pamiętać, że właściwym celem i zadaniem społecznych środków przekazu jest służba prawdzie i jej obrona. Polega ona na obiektywnym i rzetelnym przekazywaniu informacji, unikaniu manipulacji prawdą i przyjmowaniem postawy nieprzekupnej wobec prawdy. Służba prawdzie jest służbą sprawie człowieka...”. Szkoda tylko, że nie pozwolił papieżowi dopowiedzieć myśli do końca, gdyż końcowe słowa przemówienia brzmiały: „Służba prawdzie jest służbą całemu człowiekowi - zarówno w wymiarze cielesnym, jak i duchowym”⁴⁶. Służba

⁴³ Tenże, *O postawie selektywnego odbioru mediów*, „Paedagogia Christiana” 20 (2007), nr 2, s. 102–104.

⁴⁴ Szerzej zob. J. A. Sobkowiak, *Człowiek bez właściwości. W poszukiwaniu duchowego horyzontu*, „Teologia i Moralność” 6 (2009), s. 11–25

⁴⁵ A. Lepa, *Media – czwarta władza, czy służba człowiekowi*, dz. cyt., s. 171–180.

⁴⁶ Tłum. własne. Niestety nie miałem dostępu do polskiej wersji przemówienia, ale ten element powtarza się również w czterech innych wersjach językowych: Jan Paweł II, *Address of the Holy Father Pope John Paul II to the Bishops of Poland on Their „Ad Limina” Visit*, Saturday, 14 February 1998, punkt 5, https://www.vatican.va/content/john-paul-ii/en/speeches/1998/february/documents/hf_jp-ii_spe_19980214_ad-limina-polonia3.html [dostęp: 12.03.2025].

mediów staje się więc służbą integralnie pojętemu człowiekowi, w którym nie sposób rozdzielić wymiary cielesny i duchowy. Skoro zatem mówimy o potrzebie pedagogiki medialnej, oznacza to, że ma ona prawo być również rozważana w wymiarze religijnym.

Potrzeba zatem szeroko pojętej edukacji – o roli rodziny pisałem już wyżej. Teraz pora na zauważenie tej potrzeby w szkołach i seminariach duchownych. Ten postulat był bardzo ważny w omawianej koncepcji pedagogiki medialnej. Edukacja medialna, zarówno w szkołach, jak i w seminariach, jawi się jako bardzo istotny postulat, a jednocześnie jedno z ważniejszych wyzwania pedagogicznych. Dla Adama Lepy było czymś oczywistym, że przez wiele lat funkcjonowania edukacji w systemie komunistycznym, świadomie blokowano wszystko, co w wychowaniu młodego człowieka kształtowałyby krytyczne myślenie, zwłaszcza w odbiorze mediów. Ten brak skutkował deficytem umiejętności analizy, selekcji i oceny przekazu medialnego. Po roku 1989 postulat edukacji medialnej nabrał nowej siły, nie tylko w szkołach, ale również w seminariach, gdzie kształcą się przyszłych duszpasterzy, wychowawców i nauczycieli religii⁴⁷.

Godny podkreślenia jest fakt, że edukacja medialna nie może ograniczać się do przekazywania faktów o historii poszczególnego medium. Chodzi raczej o przygotowanie wychowanków do świadomego, odpowiedzialnego korzystania z mediów, a także kształtowania ich postaw – krytycyzmu, odporności na manipulację, szacunku do prawdy i umiejętności twórczego korzystania z informacji. Szczególną rolę odgrywa tu formacja seminaryjna, w ramach której edukacja medialna powinna mieć charakter systematyczny, posiadać zarówno wymiar teoretyczny, jak i praktyczny. Tylko tak przygotowani przyszli duszpasterze będą zdolni pełnić rolę prawdziwych przewodników w świecie mediów, formując wiernych i powierzone im wspólnoty w duchu odpowiedzialnego uczestnictwa w kulturze medialnej⁴⁸.

Na zakończenie należy powrócić do sformułowania zawartego w tytule, który umieszcza religijną pedagogikę medialną pomiędzy ciszą a logosferą. W tym znaczeniu logosfera zyskuje dwie zasadnicze warstwy: słowa

⁴⁷ A. Lepa, *Pedagogika mass mediów w wyższym seminarium duchownym*, dz. cyt., s. 127–129.

⁴⁸ Tamże, s. 130–132.

pochodzącego z mediów i słowa będącego narzędziem bezpośrednich rozmów osób tworzących logosferę. Pierwszorzędny jest prymat słowa powstałego w bezpośrednich relacjach. Chodzi o to, by w środowisku wychowawczym, jakim w pierwszym rzędzie jest rodzina, na pierwszym miejscu było słowo, które jest nie tylko narzędziem komunikacji, ale które inspiruje do budowania właściwych postaw. Chodzi więc o kulturę słowa rodzącego się z inspirujących rozmów i ambitnej lektury. I tu zauważamy pierwszy związek ciszy i logosfery. Ambitna lektura i słowo dające do myślenia potrzebują ciszy i intelektualnego skupienia. Słowo znaczy człowieka zupełnie inaczej niż media. Płyne ono od człowieka z całą złożonością postawy dialogicznej. Dystans wobec mediów sprawia, że człowiek zaczyna szukać słowa w ciszy, cisza zaś pozwala rodzić się słowom przenikniętym treścią i wartościami. Słowo pochodzące od człowieka staje się wiarygodne, gdyż to ostatecznie człowiek jest godny wiary. W ciszy rodzi się wspomniany już dystans do mediów, ale również krytycyzm wobec usłyszanego słowa. Tylko dialogicznie pojęta logosfera pozwala na budowanie więzi społecznych będących podstawą społeczeństwa komunikacji. W logosferze, gdzie słowo idzie przed obrazem, człowiek uczy się ambitnego dialogu⁴⁹.

Dlaczego zatem pedagogika medialna musi być ostatecznie religijna? Najlepszym podsumowaniem związku ciszy i słowa niech będzie Słowo Boga, które ostatecznie jest horyzontem wszystkich naszych słów: „Gdy głęboka cisza zalegała wszystko, a noc w swoim biegu dosięgała połowy, wszechmocne Twe słowo z nieba, z królewskiej stolicy, jak miecz ostry niosąc Twój nieodwołalny rozkaz, jak srogi wojownik runęło pośrodku zatraconej ziemi” (Mdr 18, 14–15). Być może właśnie cisza i słowo staną się najlepszymi odniesieniami do wychowania człowieka do odbioru mediów. Cisza jako osąd krytyczny słowa, słowo zaś rodzone w ciszy jako nowy punkt wyjścia dla przekazu medialnego, który – powtórzmy raz jeszcze – w pierwszym rzędzie ma służyć człowiekowi⁵⁰. W ten sposób media mogą stać się istotnym narzędziem budowania dobra wspólnego, które można określić jako

⁴⁹ Tenże, *Logosfera a etyka społeczeństwa komunikacji*, dz. cyt., s. 141–143.

⁵⁰ O słowie rodzonym w ciszy jako narzędziu osądu i wybawienia zob. *Katolicki Komentarz Biblijny*, red. R. E. Brown, J. A. Fitzmyer, R. E. Murphy, Warszawa 2001, s. 848–849.

sumę warunków niezbędnych do pełnego rozwoju człowieka (pedagogika), z uwzględnieniem jego nadprzyrodzonego charakteru (religijna).

Biogram

Jarosław Andrzej Sobkowiak (ur. 1967) – doktor nauk teologicznych w zakresie teologii moralnej i praktycznej, studia specjalistyczne z etyki – Centre Sévres – Paryż, podyplomowe studia zarządzania (UW), adiunkt i kierownik Zakładu Dydaktyki Mediów w Instytucie Edukacji Medialnej i Dziennikarstwa, Dyrektor Centrum Komunikacji Społecznej i Cyfrowej UKSW, prodziekan ds. studenckich i kształcenia ustawicznego, redaktor naczelny półrocznika „Studia Theologica Varsaviensia”, przewodniczący Zespołu ds. Zarządzania Bazą Wiedzy UKSW, członek zarządu (sekretarz) Stowarzyszenia Teologów Moralistów, członek Polskiego Towarzystwa Komunikacji Społecznej.

Streszczenie

Celem artykułu jest próba zbudowania propozycji religijnej pedagogiki medialnej na podstawie tekstów biskupa Adama Lepy. Przedstawiona koncepcja stanowi odpowiedź na wyzwania etyczne i wychowawcze epoki zdominowanej przez media. W centrum refleksji znajduje się człowiek – odbiorca i twórca przekazu – który powinien być wyposażony w kompetencje umożliwiające krytyczny, odpowiedzialny i etyczny kontakt z mediami. Kluczowe dla tej pedagogiki są trzy pojęcia: cisza (galenosfera) jako warunek duchowego wzrostu i formacji słowa, logosfera jako środowisko dialogu i wspólnoty opartej na prymacie słowa oraz mediosfera jako realna przestrzeń życia człowieka kształtowana przez media. Artykuł ukazuje rodzinę i instytucje edukacyjne (szkoły, seminaria) jako zasadnicze środowiska formacji medialnej. Pedagogika biskupa Adama Lepy łączy duchowość chrześcijańską z kompetencjami medialnymi, zakorzeniając je w misji służby prawdzie i wolności.

Słowa kluczowe: pedagogika religijna, pedagogika medialna, cisza, logosfera, mediosfera, wychowanie medialne, etyka mediów

Summary

The aim of this article is to formulate a proposal for a religious media pedagogy based on the writings of Bishop Adam Lepa. The concept presented is a response to the ethical and educational challenges of an era dominated by media. At the center of this reflection is the human person – both recipient and creator of media – who should be equipped with the competencies necessary for critical, responsible, and ethical engagement with media.

Three key concepts underpin this pedagogy: silence (galenosphere) as a condition for spiritual growth and the formation of meaningful speech; logosphere as an environment of dialogue and community grounded in the primacy of the word; and mediosphere as the real-life space of human existence shaped by media. The article identifies the family and educational institutions (schools, seminaries) as essential environments for media formation. Bishop Adam Lepa's pedagogy integrates Christian spirituality with media literacy, grounding both in the mission of serving truth and freedom.

Keywords: religious pedagogy, media pedagogy, silence, logosphere, mediosphere, media education, media ethics

Bibliografia

- Bednarska M., *Wolność człowieka w komunikacji medialnej*, Kraków 2020.
- Benedykt XVI, *Milczenie i słowo drogą ewangelizacji. Orędzie na XLVI Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu*, 2012, https://www.vatican.va/content/benedict-xvi/pl/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20120124_46th-world-communications-day.html [dostęp: 11.03.2025].
- Brandstaetter R., *Księga modlitwy*, Poznań 1985.
- Buckingham D., *Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture*, Cambridge 2003.
- Canopim A. M., *Silenzo*, Bologna 2008.
- Dekret o środkach społecznego przekazu „Inter mirifica”* (Dekret Soboru Watykańskiego II), w: *Dokumenty Soboru Watykańskiego II*, Poznań 1967, s. 278–285.
- Drzewiecki P., *Edukacja medialna a nauczanie religii w szkole*, Warszawa 2013.
- Jan Paweł II, *Address of the Holy Father Pope John Paul II to the Bishops of Poland on Their „Ad Limina” Visit*, 14 lutego 1998, https://www.vatican.va/content/john-paul-ii/en/speeches/1998/february/documents/hf_jp-ii_spe_19980214_ad-limina-polonia3.html [dostęp: 12.03.2025].
- Katolicki Komentarz Biblijny*, red. R. E. Brown, J. A. Fitzmyer, R. E. Murphy, Warszawa 2001.
- Klapper T., *The Effects of Mass Communication*, New York 1960.
- Lepa A., *Etyka ciszy w edukacji medialnej*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 21 (2012), s. 143–152.
- Lepa A., *Funkcja ciszy w wychowaniu do mediów*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 18 (2009), s. 177–184.
- Lepa A., *Funkcja logosfery w wychowaniu do mediów*, Łódź 2003, 2006.
- Lepa A., *Logosfera a etyka społeczeństwa komunikacji*, „Annales” 11 (2008), nr 2, s. 133–144.

- Lepa A., *Logosfera a ład moralny*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 2007, nr 16, s.139–149.
- Lepa A., *Logosfera a więzi społeczne*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 15 (2006), s. 147–154.
- Lepa A., *Logosfera*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 4 (1995), s. 197–202.
- Lepa A., *Manipulowanie człowiekiem jako problem współczesnej pedagogii*, https://dlibra.kul.pl/Content/26119/10_manipulowanie.pdf [dostęp 10.02.2025].
- Lepa A., *Media – czwarta władza, czy służba człowiekowi?*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 9 (2000), s. 171–180
- Lepa A., *Mediosfera człowieka*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 19 (2010), s. 159–169.
- Lepa A., *O postawie selektywnego odbioru mediów*, „Paedagogia Christiana” 20 (2007), nr 2, s. 101–112.
- Lepa A., *Opinia publiczna, media i zasady etyki*, „Paedagogia Christiana” 27 (2011), nr 1, s. 89–98.
- Lepa A., *Pedagogia mediosfery*, „Paedagogia Christiana” 30 (2012) nr 2, s. 215–224.
- Lepa A., *Pedagogika mass mediów w Wyższym Seminarium Duchownym*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 5 (1996), s. 127–132.
- Morreale S. P., Spitzberg B. H., Barge J. K., *Komunikacja między ludźmi*, Warszawa 2011.
- Rousseau J. J., *Discours sur les Sciences et les Arts*, 1750, <https://philosophie.cegeptr.qc.ca/wp-content/documents/Discours-sur-les-sciences-et-les-Arts-1750.pdf> [dostęp: 11.03.2025].
- Sobkowiak J. A., *Człowiek bez właściwości. W poszukiwaniu duchowego horyzontu*, „Teologia i Moralność” 6 (2009), s. 11–25.
- Sobkowiak J. A., *Godność w komunikacji: communicatio, communicare, communitas*, „Studia Theologica Varsaviensia” 41 (2003), nr 2, s. 161–167.
- Uzdrowiająca moc ciszy*, „Różaniec” 2008, nr 9, s. 4–5.
- Zakrzewska E., *Opinia publiczna*, w: *Leksykon terminów medialnych M–Z*, red. K. Wolny-Zmorzyński, K. Doktorowicz, P. Płaneta, Toruń 2024, s. 50.

Część II.
Obraz i słowo
w kulturze audiowizualnej

Relacja między słowem i obrazem w liturgii „zmediatyzowanej”

W *Dyrektorium Konferencji Episkopatu Polski w sprawie celebracji Mszy Świętej transmitowanej przez telewizję* [dalej: DMŚTT] podkreśla się, iż „pośród różnych form przekazu telewizyjnego transmisja Mszy Świętej musi mieć sobie tylko właściwą specyfikę, która w niczym nie będzie przypominać show, koncertu, reportażu itd.”¹. W tym kontekście szczególnej wagi nabiera relacja pomiędzy słowem a obrazem w transmitowanym wydarzeniu będącym dziełem zbawczej relacji człowieka z Bogiem. Mając na uwadze nieustanne napięcie, jakie istnieje pomiędzy słowem a obrazem, słuchem a wzrokiem, zarówno w ekonomii zbawczej Boga, jak i w ekonomii pastoralnej Kościoła, fundamentalną kwestią do rozstrzygnięcia pozostaje pytanie, w jakim kierunku powinna dziś pójść transmediacja Eucharystii na język obrazu, aby pomóc odbiorcy we wspomnianiu Pamiątki Pana, a nie skupiać jego uwagi jedynie na oglądaniu jej elektronicznej „wersji”. Udzielenie odpowiedzi na tak postawione pytanie i wypracowanie odpowiedniego modelu transmisji

¹ *Dyrektorium Konferencji Episkopatu Polski w sprawie celebracji Mszy Świętej transmitowanej przez telewizję* [dalej: DMŚTT], „Akta Konferencji Episkopatu Polski” 29 (2017), nr 63.

pozwoliłoby w pewnym stopniu zniwelować ryzyko zastąpienia Mszy Świętej jej transmediowanym obrazem. Podobieństwo wizualne oryginału (Msza Święta) i reprodukcji (transmisja) może prowadzić bowiem odbiorcę do poczucia złudnego zaspokojenia *libidinis vivendi*, czyli „pożądania widzenia”, które „potrafi zniekształcić w odbiorze obraz–ikonę w obraz–idola”².

Mając na względzie powyższe pytanie o relację pomiędzy słowem a obrazem w procesie transmediacji liturgii, wydaje się, iż pewnym źródłem inspiracji w interdyscyplinarnym spojrzeniu na analizowaną kwestię może być myśl biskupa Adama Lepy, który w swoich publikacjach uwypukla znaczenie logosfery stanowiącej środowisko chroniące obiorcę przed nadmiarem obrazów płynących z mediów ikonicznych oraz deficytem słowa. Celem artykułu jest zatem podjęcie refleksji teologiczno-medioznawczej nad wpływem transmisji Mszy Świętej na percepcję słowa i obrazu jako konstytutywnych elementów liturgii u odbiorcy tejże transmisji. Ze względu na rozległość zagadnienia ograniczamy się w poniższym studium przede wszystkim do analizy transmisji telewizyjnej.

1. Prymat logosfery nad ikonosferą w procesie wychowania medialnego w ujęciu biskupa Adama Lepy

Podjmując kwestię transmisji Mszy Świętych przez radio, telewizję czy Internet oraz wpływu, jakie dane medium wywiera na odbiór transmitowanego wydarzenia zbawczego przez osoby, które je „oglądają” czy odbierają jedynie w postaci dźwięku, należy zwrócić uwagę na mediosferę człowieka, jej strukturę, zasady funkcjonowania oraz rolę w wychowaniu do mediów. Według biskupa Lepy mediosfera oznacza środowisko mediów. Ze względu na ich rosnący i skuteczny wpływ na życie jednostki stanowi ona jedno z najważniejszych środowisk człowieka. Można wymienić całą gamę różnych

² A. Draguła, *Eucharystia zmediatyzowana. Teologiczno-pastoralna interpretacja transmisji Mszy Świętej w radiu i telewizji*, Zielona Góra 2009, s. 179–180.

mediów oddziałujących na człowieka. Wśród nich wyodrębnia się zarówno media drukowane, jak i elektroniczne. Mediosfera jest „konglomeratem tych wpływów”, ale jej ostateczny kształt zależy od konkretnego człowieka, który decyduje o doborze mediów i sposobach ich wykorzystania. Stąd też wysuwa się tezę, iż każdy człowiek ma swoją własną, niepowtarzalną mediosferę³.

Obraz, słowo i dźwięk konstituują elementarne tworzywo będące nośnikiem wielorakiej treści przesyłanej przez media. Obecność tego trójmianu manifestuje się najwyraźniej w mediach audiowizualnych, a funkcjonowanie poszczególnych jego składników często poddaje się odrębnej analizie⁴. W mediosferze będącej wspólnym dziełem mediów wyróżnia się cztery podstawowe warstwy: ikonosferę (warstwę obrazu), logosferę (warstwę słowa), sonosferę (warstwę dźwięku) i galenosferę (warstwę ciszy), pozostające w ścisłej korelacji ze sobą. W schemacie graficznym autorstwa Adama Lepy ukazującym strukturę mediosfery, a zwłaszcza różnice w zakresie proporcji co do powierzchni, jaką szacunkowo i w jakimś ogólnym przybliżeniu zajmują poszczególne jej warstwy, centralne miejsce zajmuje człowiek. Z tego schematu wynika jednak, że warstwa obrazu, czyli ikonosfera, jest największa w społecznym środowisku człowieka. Świadczy to o tym, iż cywilizacja obrazu doprowadziła współcześnie do marginalizacji słowa, co też nie pozostaje bez wpływu na relacje pomiędzy słowem a obrazem w liturgii zmediatyzowanej. Genezy zachwiania równowagi pomiędzy tymi dwiema warstwami w mediosferze człowieka należy – według opinii łódzkiego teologa – upatrywać z jednej strony w gigantycznym rozwoju mediów, a z drugiej strony w pojawieniu się „myślenia obrazowego”, które jest czymś charakterystycznym dla mentalności współczesnego człowieka⁵. W dominacji obrazu nad słowem w kulturze masowej Adam Lepa dopatruje się zagrożeń dla rozwoju osobowego oraz duchowości człowieka. Uwikłanie i bezradność człowieka w gigantycznym świecie obrazów mogą wpływać – jego zdaniem – na sposób myślenia człowieka i prowadzić w konsekwencji do rozwoju „mentalności telewizyjnej”

³ Por. A. Lepa, *Mediosfera człowieka*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 19 (2010), s. 159–160.

⁴ Por. tenże, *Pedagogika mass mediów*, Łódź 2007, s. 40–41.

⁵ Por. tenże, *Ikonosfera. Środowisko obrazu*, Łódź 2017, s. 13–14.

bądź „myślenia plakatowego”⁶. W tym kontekście czymś ważnym z punktu widzenia relacji pomiędzy słowem i obrazem w przekazie wiary i kultury za pomocą mediów wydaje się przyjrzenie się strukturze i funkcjonowaniu obydwu podstawowych warstw mediosfery człowieka, czyli logosfery i ikonosfery, które pozostają w napięciu ze sobą.

Wychodząc od etymologii słowa „ikonosfera”, biskup Lepa definiuje ją jako „środowisko obrazu”, które można rozpatrywać w dwóch znaczeniach: węższym i szerszym. W pierwszym przypadku chodziłoby o środowisko człowieka odznaczające się dominacją obrazu, w drugim zaś o warstwę środowiska złożoną z obrazów, w której obok ikonosfery funkcjonuje także sonosfera, infosfera itp. Z powyższego wynika zatem, iż ikonosfera jest środowiskiem oddziaływania na psychikę człowieka różnych obrazów, a w kontekście medialnym stanowi ona warstwę mediosfery człowieka. Nie można mówić o istnieniu ikonosfery bez odniesienia do człowieka, ponieważ bez niego mozaika różnych obrazów składająca się na ikonosferę nie funkcjonuje jako środowisko obrazu⁷.

Biskup Lepa w swoich publikacjach dokonuje klasyfikacji ikonosfery, wprowadzając podział na ikonosfery globalną i podstawową. Ta pierwsza stanowi sumę wszystkich środowisk, w których jest obecny i rozwija swoją działalność człowiek. Ta druga natomiast zawiera obrazy jednego tylko środowiska, np.: rodziny, szkoły, parafii czy też zakładu pracy. W konkretnej ikonosferze można wyodrębnić całą paletę różnych obrazów, zarówno naturalnych, oryginalnych, jak i tych będących imitacjami (reprodukcje, obrazy fotograficzne, telewizyjne, wirtualne). Zdaniem Lepy nie istnieje ikonosfera całkowicie jednorodna, czyli złożona wyłącznie z jednego typu obrazów. Wyjątek od tej reguły stanowi ikonosfera charakterystyczna dla muzeum bądź wystawy, gdzie ma się do czynienia z kolekcją wybranych obrazów czy eksponatów⁸.

W dorobku medioznawczym biskupa Lepy dostrzega się przywiązywanie dużej wagi do roli logosfery w procesie wychowania do mediów. Skoro słowo stanowi elementarne tworzywo mediów i jest najważniejszą formą komunikacji

⁶ Por. tamże, s. 15–16.

⁷ Por. tenże, *Funkcja logosfery w wychowaniu do mediów*, Łódź 2003, s. 53–54.

⁸ Por. tamże, s. 54–55.

interpersonalnej, to „media powinny być sprzymierzeńcem w organizowaniu logosfery jako środowiska słowa”⁹. Adam Lepa opisuje logosferę jako podzbiór mediasfery, czyli środowiska komunikacyjnego człowieka. W sformułowanej przez niego definicji logosfery podkreśla się prymarny charakter słowa. W sensie ścisłym „oznacza [ona] takie środowisko, w którym słowo dominuje w sensie prymatu”¹⁰ i oddziałuje na człowieka, zarówno w jego własnym środowisku, jak i w relacjach interpersonalnych¹¹. W znaczeniu szerokim natomiast pod pojęciem logosfery rozumie się warstwę słowną w środowisku konkretnego człowieka, w tych miejscach, gdzie toczy się jego życie (dom, szkoła, uniwersytet, zakład pracy, szpital, kościół, parafia). W związku z tym można mówić o logosferze studenta, robotnika, lekarza, kapłana. Logosfera tego rodzaju funkcjonuje niezależnie od zabiegów podejmowanych ze strony wymienionych osób w odniesieniu do warstwy słowa¹².

W strukturze logosfery biskup Lepa wyodrębnia jej składniki statyczne i dynamiczne. Te pierwsze nie wymagają aktywności podmiotu logosfery, ale potencjalnie mogą stać się przedmiotem działań podejmowanych przez człowieka. Z kolei drugie utożsamiane są z konkretnymi działaniami osób korzystających ze sfery słowa. W schemacie składników dynamicznych zaprojektowanym przez łódzkiego teologa i medioznawcę są wyszczególnione następujące elementy wywierające skuteczny wpływ na człowieka w jego logosferze: żywe słowo w dialogu z drugim człowiekiem, bezpośrednie spotkania z mistrzami słowa, słowo odbierane z mediów, modlitwa (prywatna i wspólna), cisza, lektura (prywatna i wspólna)¹³. W kontekście podziału składników logosfery, jaki proponuje biskup Adam Lepa, trafna wydaje się sugestia medioznawcy Piotra Drzewieckiego, który składniki dynamiczne logosfery określa mianem werbalnych praktyk komunikacyjnych, składniki statyczne zaś jako instytucje i nośniki logosfery¹⁴.

⁹ Por. tamże, s. 90.

¹⁰ Por. tamże, s. 106.

¹¹ Por. tenże, *Logosfera a etyka społeczeństwa komunikacji*, „Annales. Etyka w Życiu Gospodarczym” 11 (2008) nr 2, s. 142.

¹² Por. tenże, *Funkcja logosfery w wychowaniu do mediów*, dz. cyt., s. 106–107.

¹³ Por. tenże, *Logosfera. O środowisku słowa*, Łódź 2017, s. 17.

¹⁴ Por. P. Drzewiecki, *Renesans słowa. Wychowanie do logosfery w kulturze audiowizualnej*, Toruń 2010, s. 107.

Biskup Lepa, ukazując rolę słowa i obrazu w transmisji wiary i treści religijnych, wskazuje na problem nadmiernego rozwoju kultury obrazu. W tym kontekście powinno się – jego zdaniem – podjąć działania mające na celu ograniczenie ekspansji obrazu. Realizacja tego zadania staje się możliwa poprzez uwypuklenie prymarności słowa i promocję kultury zbudowanej wokół słowa¹⁵. Nie bagatelizując zagrożeń związanych z ekspansją cywilizacji obrazu, wydaje się dziś, że przemiany dokonujące się w kulturze audiowizualnej zmierzają – jak to trafnie ujmuje Drzewiecki – do zintegrowania ze sobą różnych sposobów i środków komunikacji. Jego zdaniem dominacja ikonosfery i marginalizacja logosfery są jedynie przejściowe i ściśle wiążą się ze zmianą typu kulturowego – z topograficznego na audiowizualny. Rozwój Internetu, multimediiów i mediów interaktywnych sprawia, że kultura audiowizualna na nowo podąża w kierunku „renesansu słowa”¹⁶. W tej optyce wydaje się zatem czymś oczywistym, że Kościół, wychodząc na peryferie współczesnego świata i przekazując *Evangelii gaudium* współczesnemu człowiekowi, który jest bardziej *homo videns* aniżeli *homo audiens*, powinien podjąć wysiłek pewnego uzupełnienia Pawłowej zasady *fides ex auditu* (Rz 10, 17) zasadą *fides ex visu*, dążąc – na ile to możliwe – do przywrócenia właściwej harmonii pomiędzy logosferą i ikonosferą¹⁷.

2. Natura języka fonicznego i ikonicznego liturgii a specyfika języka medialnego

W DMŚTT wychodzi się od ukazania natury liturgii, która jest „zbawczym działaniem Trójjedynego Boga”¹⁸. Celebracja sakramentalna utkana jest ze „znaków i symboli” (KKK 1145). W nich „wyraża się działanie Boga uświęcającego ludzi i działanie ludzi oddających cześć Bogu” (KKK 1148). Użycie znaków materialnych, które konstytuują „zjawiskową część liturgii” oraz podlegają

¹⁵ Por. P. Drzewiecki, *W obronie słowa. Teoria logosfery biskupa Adama Lepy*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 17 (2008), s. 57.

¹⁶ Por. tenże, *Renesans słowa...*, dz. cyt., s. 225.

¹⁷ Por. tamże, s. 8–9.

¹⁸ DMŚTT, nr 1.

kryterium estetyki i odczuwania piękna, umożliwia człowiekowi uczestnictwo w zbawczym dialogu z Bogiem¹⁹. W komunikacji właściwej dla liturgii będącej wydarzeniem zbawczym, naznaczonej dynamiką nieustannej wymiany błogosławieństw (por. KKK 1082–1083), ważne miejsce obok języka werbalnego, czyli fonicznego, zajmuje zatem język pozawerbalny (ikoniczny). Obydwa języki współlistnieją w strukturze celebracji liturgicznej i pozostają w ściślejszej korelacji ze sobą. Można zatem mówić o harmonii słowa i obrazu w liturgii.

Język werbalny w liturgii przyjmuje zawsze formę słowa. Użyty jako środek komunikacji w zgromadzeniu liturgicznym występuje w formie fonicznej²⁰. Benedykt XVI w adhortacji apostołskiej *Verbum Domini* kładzie nacisk na sakramentalność słowa Bożego, identyfikując jej źródło genetyczne w samej tajemnicy Wcielenia. Sakramentalność ta „staje się zrozumiała przez analogię do rzeczywistej obecności Chrystusa pod konsekrowanymi postaciami chleba i wina”²¹.

Integralnym elementem liturgii jest także jej język ikoniczny. Zgromadzenie liturgiczne i jego zewnętrzna aktywność wyrażająca się w postawach i gestach, przestrzeń liturgiczna, paramenty oraz cała *ars celebrandi* – to wszystko razem wzięte i współlistniejące w harmonijnej symbiozie w celebracji liturgii staje się obrazem rzeczywistości niewidzialnej, nadprzyrodzonej, ale także obrazem przemiany dokonującej się we wnętrzu zgromadzonych osób²². W tym kontekście wydaje się, że można mówić o łączącej funkcji obrazu, który staje się swoistym pomostem pomiędzy światem niewidzialnym i widzialnym. Jak trafnie zauważa teolog liturgii Bogusław Migut, „za pomocą obrazu, którym jest też sama celebracja, człowiek odkrywa najważniejsze prawdy”²³.

Podjmując refleksję nad językiem ikonycznym liturgii, należy także odnieść się do kwestii przestrzeni sakralnej i obecności w niej świętych obrazów, które wpisują się w całość celebracji liturgicznej, stając się jej

¹⁹ Por. tamże, nr 2.

²⁰ Por. J. Nowak, *Apostolski wymiar liturgii. Studium teologiczno-liturgiczne w świetle Konstytucji „Sacrosanctum Concilium”*, Poznań 1999, s. 120.

²¹ Benedykt XVI, *Adhortacja apostołska o Słowie Bożym w życiu i misji Kościoła „Verbum Domini”*, Kraków 2010, nr 56.

²² Por. B. Migut, *Liturgia jako obraz*, „Roczniki Teologiczne” 62 (2015), z. 8, s. 99–100.

²³ Tamże, s. 103.

nieodłącznym elementem. W *Katechizmie Kościoła Katolickiego* można odnaleźć bardzo ważne stwierdzenie, że „obraz i słowo wyjaśniają się wzajemnie” (KKK 1160). W liturgii uobecnia się misterium Paschalne Chrystusa. Obrazy święte znajdujące się w kościołach odgrywają istotną rolę w procesie transmisji orędzia ewangelicznego i przyczyniają się samą swoją obecnością do umacniania naszej wiary w misterium Chrystusa (por. KKK 1192). W tym kontekście można mówić o ich pedagogicznym, formacyjnym walorze, gdyż „poucza” wiernych (por. KL 127). Kardynał Joseph Ratzinger, który w ramach refleksji teologicznej nad zagadnieniem liturgii w Kościele podjął także problematykę sztuki i obrazu, dostrzega ich znaczenie w pedagogii wiary:

Obraz Chrystusa i obrazy świętych nie są fotografiami. Ich istotna rola polega na wyprowadzeniu poza to, co daje się stwierdzić w sposób czysto materialny; polega na obudzeniu wewnętrznych, duchowych zmysłów i nauczaniu nowego spojrzenia, które w widzialnym dostrzega niewidzialne. Sakralność obrazu polega właśnie na tym, że obraz wynika z wewnętrznego oglądu i do niego prowadzi. Obraz musi być owocem wewnętrznej kontemplacji, przepełnionej wiarą spotkania z nową rzeczywistością Zmartwychwstałego i w ten sposób musi ponownie wprowadzać w wewnętrzne spojrzenie, w modlitewne spotkanie z Panem²⁴.

W optyce Ratzingera święty obraz, skupiając w sobie trzy zasadnicze wymiary liturgii: historię, tajemnicę i kosmos, odsyła do sakramentalnej obecności misterium paschalnego i pozostaje w ścisłej korelacji z liturgią, stanowiąc jej integralną i integrującą część²⁵.

Podjmując próbę opisu relacji, jaka zachodzi pomiędzy słowem a obrazem w liturgii „zmediatyzowanej”, trzeba wziąć pod uwagę wpływ czynników technologicznych i instytucjonalnych na proces kreacji znaczeń. W przypadku transmisji Mszy Świętej przez telewizję powinno się zatem uwzględnić zarówno ograniczenia, jak i możliwości, jakie daje przekaz telewizyjny. Biskup Adam Lepa, wyjaśniając termin „telewizja”, zauważa, że – etymologiczne rzecz biorąc – pod pojęciem tym należy rozumieć „przekazywanie

²⁴ J. Ratzinger, *Duch liturgii*, Poznań 2002, s. 120–121.

²⁵ Por. J. Królikowski, *Święty obraz w liturgii w ujęciu kardynała Josepha Ratzingera*, „Sacrum et Decorum. Materiały i Studia z Historii Sztuki Sakralnej” 17 (2024), s. 75–76.

i odbieranie obrazów z pewnej odległości”. W analogiczny sposób jak film, telewizja jako mass medium daje odbiorcy „przetworzoną rzeczywistość za pośrednictwem zreprodukowanych technicznie bodźców wzrokowych i słuchowych”²⁶. Telewizja jest bowiem nie tylko „maszyną widzenia”, ale także „maszyną semantyczną” kreującą „szerokie spectrum znaczeń” w zależności od sposobu zastosowania dostępnych narzędzi rejestracji i przekazu²⁷. W tej perspektywie staje się zatem jasne, iż obraz prezentowany na ekranie telewizyjnym odzwierciedla osobiste podejście do liturgii ze strony ekipy realizatorskiej²⁸. Jak słusznie zauważył Andrzej Draguła, podczas debaty na temat telewizyjnej transmisji Mszy Świętej, „przekaz telewizyjny nie jest ikoną, jest obrazem przetworzonym”, gdyż „telewizja nie odzwierciedla rzeczywistości, ale kreuje rzeczywistość i kreuje znaczenia”²⁹. Odwołując się do teorii Marshalla McLuhana, Adam Lepa wskazuje na nieneutralność telewizji jako środka przekazu (medium), gdyż w tym przypadku samo medium jako takie jest już wiadomością i kumuluje w sobie określone idee³⁰.

Telewizja jako medium nie tylko modyfikuje obrazy, ale także wpływa na słowo, które obok znaków przynależy do liturgii. Ten wpływ jest na tyle istotny, że – zdaniem medioznawcy Krzysztofa Marcyńskiego – „przepowiadanie słowa Bożego nie jest w pełni realizowane przez telewizję”³¹. Telewizja całą swoją naturą ingeruje w liturgię słowa, osłabiając jego moc, gdyż w samym procesie transmisji następuje „przesunięcie akcentu w przekazie myśli ze słowa mówionego na obrazy elektroniczne”³². Słuchacz kazania, który znajduje się w miejscu akcji, czyli w kościele, ostatecznie ma wpływ na to, co widzi, w odróżnieniu

²⁶ Por. A. Lepa, *Pedagogika mass mediów*, dz. cyt., s. 80.

²⁷ Por. E. Wilk, *Zdarzenie telewizyjne: uobecnianie czy monitorowanie?*, w: *Msza Święta w telewizji*, red. W. Przyczyna, Kraków 2006, s. 23.

²⁸ Por. DMŚTT, nr 35.

²⁹ W tej debacie uczestniczył liturgista kielecki Stanisław Czerwik. W odróżnieniu od Andrzeja Draguły dopuszczał on przyjęcie pewnej analogii między elektronicznym „obrazem” telewizyjnym a ikoną. W takim ujęciu „transmisja byłaby zatem obrazem Mszy św. analogicznym do pojęcia ikony”, por. *Czy klękać przed telewizorem? Debata o telewizyjnej transmisji Mszy św.*, w: *Msza Święta w telewizji*, dz. cyt., s. 94–95.

³⁰ Por. A. Lepa, *Pedagogika mass mediów*, dz. cyt., s. 147.

³¹ K. Marcyński, *Liturgia słowa w przekazie telewizyjnym*, w: *Msza Święta w telewizji*, dz. cyt. s. 80.

³² Tamże, s. 71.

od telewizyza, w przypadku którego to, co jest widziane przez odbiorcę, zostaje zastąpione tym, co jest mu pokazane w ekranie telewizora³³.

W liturgii słowa dokonuje się urzeczywistnienie sakramentu w wyniku zetknięcia się *verbum* i *elementum*. O ile pod wyrażeniem *verbum* kryje się sama rzeczywistość słowa Bożego, ale w stopniu podporządkowanym, a także to wszystko, co przyczynia się do jego wyrażenia i zaktualizowania, o tyle przez *elementum* należy rozumieć wspólnotę zebraną w miejscu świętym w celu celebracji świętych misterii³⁴. W przypadku transmisji telewizyjnej liturgii brakuje bezpośredniego kontaktu z realną wspólnotą, ze zgromadzeniem celebrującym liturgię. W akcie medialnego przepowiadania następuje negacja cielesności, personalizmu, osobowości oraz sakramentalności liturgii słowa. W związku z tym za słuszną należy uznać konkluzję Krzysztofa Marcyńskiego, iż „telewizja absolutnie nie pozwala na bezpośrednie spotkanie, na kontekst liturgii, na budowanie lokalnej wspólnoty oraz na żywe słowo”³⁵. Powyższe krytyczne uwagi nie przekreślają jednak waloru pastoralnego i ewangelizacyjnego transmisji Mszy Świętej przez telewizję, która „w czasach postępującej sekularyzacji jest niewątpliwie narzędziem proklamacji Dobrej Nowiny, świadectwem wiary przeżywanej i celebrowanej przez chrześcijan”³⁶.

3. Próba harmonizacji słowa i obrazu w liturgii „zmediatyzowanej”

Biskup Adam Lepa, podejmując w swoich publikacjach zagadnienie cywilizacji obrazu, która staje się swoistym wyzwaniem dla Kościoła powołanego do ewangelizacji świata, wspomina o ekspansji „kultury oglądarki”, która

³³ Por. A. Draguła, *Słowo i obraz. Homilia w transmisji audiowizualnej*, „Polonia Sacra” 25 (2021), nr 4 (66), s. 32.

³⁴ Por. M. Sodi, *Sakramentalny wymiar homilii*, w: *Słowo Boże w liturgii i życiu Kościoła*, Kościół w Trzecim Tysiącleciu 5, red. A. Żądło, Katowice 2006, s. 96–97.

³⁵ K. Marcyński, *Liturgia słowa w przekazie telewizyjnym*, w: *Msza Święta w telewizji*, dz. cyt., s. 80. Szerzej na ten temat zob. tamże, s. 72–78.

³⁶ DMŚTT, nr 9.

prowadzi do deprecjacji słowa, ponieważ „obraz łatwiej i skuteczniej przemawia do uczestnika kultury i odbiorcy mediów niż słowo”³⁷. To wszystko jego zdaniem może wpływać negatywnie na rozwój osobowości człowieka, zwłaszcza jeśli w mass mediach dokonuje się manipulacji za pośrednictwem obrazów³⁸. Ten sam autor dostrzega jednak także pewne symptomy pozytywne napawające optymizmem, jeśli chodzi o rozwój mediów ikonicznych, a w szczególności telewizji. Radykalna transformacja telewizji w kierunku multiwizji przyczynia się do ekspansji w niej słowa pisanego tak, że obecnie coraz częściej słowo mówione i słowo pisane występują w telewizji jako składniki komplementarne³⁹. W tej perspektywie słuszne wydaje się stwierdzenie Piotra Drzewieckiego, że „kultura odmieniona nowymi mediami audiowizualnym na nowo zmierza w stronę słowa”⁴⁰.

W obliczu konieczności przewyższenia modelu wizualnego oraz zniwelowania realnego niebezpieczeństwa zastąpienia bezpośredniego uczestnictwa we Mszy Świętej słuchaniem i oglądaniem Mszy Świętej transmitowanej Andrzej Draguła proponuje, aby współczesna transmudiacja Eucharystii na język obrazu poszła „w kierunku modelu anamnetycznego (reżyseria mistagogiczna), a nie spektakularnego”⁴¹. Inspiracji dla takiego montażu upatruje on we wczesnochrześcijańskich katechezach mistagogicznych, w ikonografii katakumbowej czy malarstwie średniowiecznym typu *Biblia pauperum* oraz w *expositiones missae*, które objaśniały Mszę Świętą, posługując się w tym celu metodą alegoryczną⁴². Wydaje się, że podobna intuicja jest wyrażona także w DMŚTT, w którym, odnosząc się do wymogów technicznych transmisji, zawarto postulat, aby pokazując obraz celebracji, ukierunkowywać jego odbiorców na rzeczywistość transcendentną oraz

³⁷ Por. A. Lepa, *Mity i obrazy*, Łódź 1999, s. 30.

³⁸ Por. tamże, s. 29.

³⁹ Por. tenże, *Funkcja logosfery...*, dz. cyt., s. 64–65.

⁴⁰ P. Drzewiecki, *Renesans słowa...*, dz. cyt., s. 129.

⁴¹ A. Draguła, *Eucharystia zmediatyzowana...*, dz. cyt., s. 459.

⁴² Tenże, *Transmisje liturgii w mediach. Wprowadzenie do dyskusji*, „Musica Liturgica” 6 (2011), s. 54. Drzewiecki zauważa, że rośnie dziś potrzeba inscenizacji biblijnych, teatru religijnego i misterii Męki Pańskiej. Tego rodzaju formy przekazu treści religijnych pozostają w relacji służebnej do tradycyjnych form przepowiadania, stanowiąc ich uzupełnienie – por. tenże, *Renesans słowa...*, dz. cyt., s. 134.

pomagać im w „uczestniczeniu” w tym wydarzeniu⁴³. Mechanizmem, który umożliwia odbiorcy wzniesienie się ponad transmitowany obraz i dźwięk, jest anamneza, czyli wspomnienie uobecniające, będąca – jak to trafnie ujmuje Draguła – teologicznym „wehikułem czasu” liturgii Eucharystii⁴⁴. Anamneza w liturgii stanowi „przypomnienie” tego wszystkiego, co uczynił Chrystus dla zbawienia człowieka (por. KKK 1103). Istotną rolę odgrywa w niej Duch Święty ożywiający pamięć Kościoła o „wielkich dziełach Bożych” i aktualizujący „jedynie Misterium” (por. KKK 1103–1104). W sensie teologiczno-liturgicznym anamnezy nie można zatem rozpatrywać w kategoriach czysto ludzkiego wspomnienia czy ludzkiego „uobecniania” ani ujmować jej jako faktu psychologicznego. Należy w niej widzieć sakramentalne uobecnienie misterium paschalnego Chrystusa, które w liturgii jest celebrowane, a nie powtarzane⁴⁵. Chociaż odbiorca transmisji Mszy Świętej ze względu na dokonujące się w niej „złamanie” zasady jednościsła i czasu nie jest w stanie „partycypować bezpośrednio w anamnetycznej narracji wydarzeń z Wieczernika i Krzyża”, nie przekreśla to faktu, iż jest zaproszony do skupienia się na żywym wspomnieniu Męki, Śmierci i Zmartwychwstania zamiast koncentrować się wyłącznie na transmitowanym dźwięku i obrazie⁴⁶.

W tym kontekście dużego znaczenia nabiera kwestia odpowiedniej formacji liturgicznej osób zaangażowanych w realizację transmisji (operatorów kamer, techników), a także rola, jaką odgrywa w niej ceremoniarz. Jego posługa stanowi bowiem swoistą „reżyserię liturgiczną”, z którą powinna się zsynchronizować „reżyseria telewizyjna”⁴⁷. Wszyscy odpowiedzialni za przygotowanie transmisji powinni starać się o zachowanie właściwych relacji pomiędzy „dobrem liturgii” a „dobrem telewizji”⁴⁸.

⁴³ Por. DMŚTT, nr 63.

⁴⁴ Por. A. Draguła, *Transmisje liturgii w mediach...*, dz. cyt., s. 52.

⁴⁵ Por. D. Brzeziński, *Chrystus wczoraj i dziś, i na wieki. Anamnetyczny wymiar roku liturgicznego*, Toruń 2010, s. 224–225.

⁴⁶ Por. A. Draguła, *Transmisje liturgii w mediach...*, dz. cyt., s. 52.

⁴⁷ Por. W. Bartocha, *Liturgia „zmediatyzowana” w świetle Dyrektorium Konferencji Episkopatu Polski w sprawie celebrowania Mszy Świętej transmitowanej przez telewizję*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 28 (2019), nr 4, s. 67.

⁴⁸ Por. DMŚTT, nr 38.

Biogram

Ks. Waldemar Bartocha – prezbiter archidiecezji łódzkiej, dr liturgiki, adiunkt w Katedrze Teologii Liturgii na Wydziale Teologicznym Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie, wykładowca liturgiki w Wyższym Seminarium Duchownym oo. Franciszkanów w Łodzi-Łagiewnikach, notariusz Kurii Metropolitalnej Łódzkiej, sekretarz IV Synodu Archidiecezji Łódzkiej (2018–2023), członek Archidiecezjalnej Komisji Liturgicznej, zastępca redaktora naczelnego czasopisma „Kultura–Media–Teologia”, redaktor w kolegium redakcyjnym „Łódzkich Studiów Teologicznych”, laureat Nagrody im. ks. prof. Adama Duraka w kategorii najlepsza praca doktorska (edycja 2010).

Streszczenie

Słowo i obraz stanowią integralny element celebracji liturgicznej i pozostają w niej w korelacji. W procesie realizacji transmisji Mszy Świętej podlegają wpływowi interfejsu technologiczno-instytucjonalnego, który może kreować nowe znaczenia, powodując, że to, co dociera do odbiorcy, jest jedynie zmodyfikowaną kopią rzeczywistości. Uwzględniając zarówno specyfikę języka liturgicznego, jak i języka telewizyjnego, należy dążyć do wypracowania takiego modelu transmisji, który umożliwiałby osobie „słuchającej i oglądającej” Mszę Świętą w telewizji wzniesienie się ponad transmitowany obraz i dźwięk poprzez skupienie jej uwagi na żywym wspomnianiu misterium paschalnego Chrystusa. Wydaje się zatem, że najbardziej adekwatnym modelem transmisji jest model anamnetyczny (reżyseria mistagogiczna), zaproponowany m.in. przez Andrzeja Dragułę.

Słowa kluczowe: obraz, słowo, ikonosfera, logosfera, telewizja, liturgia, transmisja Mszy Świętej

Summary

Word and image are an integral part of the liturgical celebration and remain in correlation with each other. In the process of the transmission of the Mass, these two essential elements are subject to the influence of the technological and institutional interface, which can create new meanings, making what reaches the recipient only some modified copy of reality. Taking into account both the peculiarities of the liturgical language and the language of television, the aim should be to develop a model of transmission that enables the person “listening and watching” the Mass on television to rise above the transmitted image and sound by focusing his or her attention on the living recollection of Christ’s paschal mystery. It seems, therefore, that the most adequate model of transmission is the anamnestic model (mystagogical directing), proposed, among others, by Andrzej Draguła.

Keywords: image, word, iconosphere, logosphere, television, liturgy, broadcast of Mass

Bibliografia

- Bartocha W., *Liturgia „zmediatyzowana” w świetle Dyrektorium Konferencji Episkopatu Polski w sprawie celebracji Mszy Świętej transmitowanej przez telewizję*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 28 (2019), nr 4, s. 55–69.
- Benedykt XVI, *Adhortacja apostolska o Słowie Bożym w życiu i misji Kościoła „Verbum Domini”*, Kraków 2010.
- Brzeziński D., *Chrystus wczoraj i dziś, i na wieki. Anamnetyczny wymiar roku liturgicznego*, Toruń 2010.
- Czy klękać przed telewizorem? Debata o telewizyjnej transmisji Mszy św.*, w: *Msza Święta w telewizji*, red. W. Przyczyna, Kraków 2006, s. 93–110.
- Draguła A., *Eucharystia zmediatyzowana. Teologiczno-pastoralna interpretacja transmisji Mszy Świętej w radiu i telewizji*, Zielona Góra 2009.
- Draguła A., *Słowo i obraz. Homilia w transmisji audiowizualnej*, „Polonia Sacra” 25 (2021), nr 4 (66), s. 23–41.
- Draguła A., *Transmisje liturgii w mediach. Wprowadzenie do dyskusji*, „Musica Liturgica” 6 (2011), s. 47–54.
- Drzewiecki P., *Renesans słowa. Wychowanie do logosfery w kulturze audiowizualnej*, Toruń 2010.
- Drzewiecki P., *W obronie słowa. Teoria logosfery biskupa Adama Lepy*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 17 (2008), s. 53–71.
- Dyrektorium Konferencji Episkopatu Polski w sprawie celebracji Mszy Świętej transmitowanej przez telewizję*, w: „Akta Konferencji Episkopatu Polski” 29 (2017), s. 48–55.
- Królikowski J., *Święty obraz w liturgii w ujęciu kardynała Josepha Ratzingera*, „Sacrum et Decorum. Materiały i Studia z Historii Sztuki Sakralnej” 17 (2024), s. 69–80.
- Lepa A., *Funkcja logosfery w wychowaniu do mediów*, Łódź 2003.
- Lepa A., *Ikonosfera. Środowisko obrazu*, Łódź 2017.
- Lepa A., *Logosfera a etyka społeczeństwa komunikacji*, „Annales. Etyka w Życiu Gospodarczym” 11 (2008), nr 2, s. 133–144.
- Lepa A., *Logosfera. O środowisku słowa*, Łódź 2017.
- Lepa A., *Mediosfera człowieka*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 19 (2010), s. 159–169.
- Lepa A., *Mity i obrazy*, Łódź 1999.
- Lepa A., *Pedagogika mass mediów*, Łódź 2007.
- Marcyński K., *Liturgia słowa w przekazie telewizyjnym*, w: *Msza Święta w telewizji*, red. W. Przyczyna, Kraków 2006, s. 65–84.
- Migut B., *Liturgia jako obraz*, „Roczniki Teologiczne” 62 (2015), z. 8, s. 99–108.
- Nowak J., *Apostolski wymiar liturgii. Studium teologiczno-liturgiczne w świetle Konstytucji „Sacrosanctum Concilium”*, Poznań 1999.
- Ratzinger J., *Duch liturgii*, Poznań 2002.
- Sodi M., *Sakramentalny wymiar homilii*, w: *Słowo Boże w liturgii i życiu Kościoła, Kościół w Trzecim Tysiącleciu 5*, red. A. Żądło, Katowice 2006, s. 85–104.
- Wilk E., *Zdarzenie telewizyjne: uobecnianie czy monitorowanie?*, w: *Msza Święta w telewizji*, red. W. Przyczyna, Kraków 2006, s. 21–29.

Obraz i słowo w kulturze audiowizualnej. Perspektywa biskupa Adama Lepy

Współczesna kultura audiowizualna, zdominowana przez obrazy i słowa, stanowi istotny element naszego życia codziennego. W dobie mediów cyfrowych, w których przekaz wizualny i werbalny przenikają się wzajemnie, warto ponownie zastanowić się nad ich rolą i wpływem na społeczeństwo. Biskup Adam Lepy, znany ze swoich refleksji na temat mediów i komunikacji, oferuje unikalną perspektywę. Jego przemyślenia pozwalają zrozumieć, jak obrazy i słowa kształtują naszą rzeczywistość, wpływają na nasze postrzeganie świata oraz jakie wyzwania i możliwości niesie ze sobą kultura audiowizualna.

1. Wprowadzenie

Badania na temat obrazu i słowa w kulturze audiowizualnej to nadal względnie interesujący temat studiów teoretycznych i prac empirycznych. Jest to spowodowane być może tym, że współczesna kultura jest silnie kształtowana przez komunikację i kulturę wizualną. „Zwrot piktoralny” sprawił, że obraz dominuje w społecznej i kulturowej rzeczywistości. Ma to pozytywne skutki, umożliwia dostrzeżenie wcześniej niezauważalnych obszarów, ale czytelny jest także jego negatywny wpływ: marginalizacja słowa i spłaszczenie

poznawania rzeczywistości¹. Dodatkowym wzmocnieniem kultury ikonicznej są cyfryzacja i coraz bardziej popularny ruch otwartego dostępu. Dostępność cyfrowa to nie tylko wymóg prawny, ale także wyraz empatii wobec różnych potrzeb użytkowników korzystających z treści wizualnych w multimediami, takich jak: grafika, audio i wideo². Kategoria audiowizualności stała się również istotną częścią badań literackich. Intermedialność sprawia, że coraz częściej korzystamy z technik audiowizualnych w tworzeniu utworów, włączamy kod audiowizualny do przekazu literackiego, kształtujemy język literacki na wzór audiowizualny oraz tworzymy gatunki i style literackie związane z audiowizualnością³. Duchownych interesuje m.in. wpływ technologii na percepcję homilii transmitowanych przez radio, telewizję i Internet, zwłaszcza po okresie pandemii COVID-19, ponieważ medium transmisji znacznie wpływa na odbiór kazania, różniąc się od doświadczenia przeżywanego w kościele⁴. Medioznawcy zajmujący się audiowizualnością poszukują także nowych inspiracji dla edukacji filmowej i analizy filmu⁵. Zajmują się również przemianami gatunków audialnych, coraz częściej uzupełnianych o warstwę ikoniczną, co ma miejsce w przypadku współczesnych podcastów⁶. Tematyka obrazu i słowa w kulturze audiowizualnej nadal pozostaje aktualna i ważna. Interesuje nas jednak przede wszystkim perspektywa biskupa Lepy, który często podejmował te zagadnienia w swoich studiach teoretycznych.

¹ W. Kawecki, *Wizualność współczesnej kultury*, „Roczniki Kulturoznawcze” 13 (2022), nr 1, s. 65–79.

² P. Witek, A. Rozborska, *Cyfrowa dostępność kultury (audio) wizualnej*, „Biuletyn EBIB” 201 (2021), nr 1, s. 1–8.

³ A. Regiewicz, *Audiowizualność literatury. Próba konceptualizacji*, „Teksty Drugie. Teoria Literatury, Krytyka, Interpretacja” 2021, nr 2, s. 281–300.

⁴ A. Draguła, *Słowo i obraz*, „Polonia Sacra” 25 (2021), nr 4, s. 23–41.

⁵ P. Drzewiecki, *Pedagogia filmu sportowego – wokół propozycji biskupa Adama Lepy*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 32 (2023), nr 2, s. 33–42; B. Fiołek-Lubczyńska, *Retoryka zagrożenia i emocji (uczucie i afektów) w dokumentach filmowych pt. „Mała Zagłada” i „Sól ziemi”*, „Kultura – Media – Teologia” 2023, nr 53, s. 94–109.

⁶ A. Kalisz, *Podcast, czyli od przekazu audialnego w stronę jego audiowizualnych odstępów. Perspektywa mediolingwistyczna*, „Zeszyty Prasoznawcze” 67 (2024), nr 1 (257), s. 43–59.

2. Materiały i metody

Stawiając pytania o obraz i słowo w kulturze audiowizualnej, poszukamy odpowiedzi w materiale badawczym, który stanowić będą przede wszystkim ostatnie monografie Adama Lepy z 2017 roku: *Logosfera. O środowisku słowa* oraz *Ikonosfera. Środowisko obrazu*⁷. Wykorzystamy także inne jego publikacje dotyczące tego zagadnienia, m.in. *Pedagogikę mass mediów* z 2000 roku oraz *Funkcję logosfery w wychowaniu do mediów* z roku 2006, jak również wybrane artykuły naukowe⁸.

Posłużymy się analizą krytyczną, metodą badawczą stosowaną do prac naukowych i badań innych naukowców⁹. Celem jest ustalenie głównych założeń teorii logosfery i ikonosfery biskupa Adama Lepy. Postawiono dwa pytania badawcze:

- 1) Jakie zjawiska współczesnej kultury audiowizualnej analizuje biskup Adam Lepa?
- 2) Jak przez edukację medialną możemy przeciwdziałać zjawisku dominacji ikonosfery w kulturze audiowizualnej według biskupa Adama Lepy?

3. Współczesna kultura audiowizualna według biskupa Adama Lepy

Biskup Adam Lepa dostrzega kluczową rolę mediów w zapewnianiu rozrywki i relaksu, co wywiera znaczący wpływ na kształtowanie współczesnej kultury audiowizualnej:

⁷ A. Lepa, *Ikonosfera. Środowisko obrazu*, Łódź 2017; tenże, *Logosfera. O środowisku słowa*, Łódź 2017.

⁸ Tenże, *Ewangelizacja a świat iluzji*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 10 (2001), nr 1, s. 49–55; tenże, *Funkcja logosfery w wychowaniu do mediów*, Łódź 2006; tenże, *Logosfera a etyka społeczeństwa komunikacji*, „Annales. Etyka w Życiu Gospodarczym” 11 (2008), nr 2, s. 133–144; tenże, *Magia obrazu*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 6 (1997), nr 1, s. 263–276; tenże, *Pedagogika mass mediów*, Łódź 2000; Archiwum Archidiecezjalne w Łodzi, Zesp. Spuścizna naukowa bpa A. Lepy, Sygn. SPNBAL 4/13, Nowa ikonosfera a wychowanie do mediów, 2006.

⁹ S. Cisek, *Metoda analizy i krytyki piśmiennictwa w nauce o informacji i bibliotekoznawstwie w XXI wieku*, „Przegląd Biblioteczny” 78 (2010), nr 3, s. 273–284.

Pozytywny wpływ na jednostkę, płynący z realizacji przez media funkcji rozrywkowej jest wieloraki. Wynika on przede wszystkim z najważniejszych celów, jakie osiągnane są w dziedzinie rozrywki za pośrednictwem mediów. [...] Rozrywka zapewnia również radość życia i pogodę ducha. Pozwala bowiem zapomnieć o niepowodzeniach związanych z pracą i o przeżywanym na co dzień trudnościach. Ze względu na wysoki stopień sugestywności mediów ich odbiorca dokonuje rozładowania niekorzystnych stanów psychicznych. Ma wtedy miejsce zjawisko pewnego rodzaju *katharsis*, polegające na redukowaniu w jednostce napięć lękowych (lub innych). Dokonuje się wtedy swoistego rodzaju oczyszczenie w życiu psychicznym i moralnym¹⁰.

Analizując te pozytywne i motywujące strony funkcjonowania kultury audiowizualnej i jej rozrywkowy charakter, Adam Lepa zauważa jednak istotny problem hipnotycznego wpływu mediów audiowizualnych na audytorium: „W związku z tym uspokajający wpływ mediów na odbiorcę przyrównuje się do działań hipnotycznych. Nie bez powodu mówi się, że w kontakcie z mediami audiowizualnymi powstaje zjawisko «hipnotycznego urzeczenia»”¹¹. Analizując ten fragment, można powiedzieć, że kultura audiowizualna z jednej strony przynosi współczesnym audytoriom wiele dobrego, odnawia ich kondycję psychiczną, z drugiej zaś – staje się narzędziem wywierania ukrytego wpływu. „Nic więc dziwnego, że kontakt ze spektaklami audiowizualnymi zaspokaja w jednostce głębokie potrzeby psychiczne i wiąże ją z pewnymi mass mediami. Wpływ tych mediów dzięki wspomnianym mechanizmom staje się bardziej «swojski» i przyjmowany jest przez jednostkę zasadniczo bez oporów”¹² – komentuje biskup Lepa.

Mechanizmem, który funkcjonuje przede wszystkim w oddziaływaniu obrazów audiowizualnych, są różnego rodzaju wzmocnienia. Aby spotęgować skuteczność wpływu danego obrazu, stosuje się takie zabiegi, jak: podkład muzyczny, powtórzenie, warstwa słowna (komentarz, czytelna

¹⁰ A. Lepa, *Funkcja logosfery w wychowaniu do mediów*, dz. cyt., s. 25–26; tenże, *Pedagogika mass mediów*, dz. cyt., s. 140.

¹¹ Tamże.

¹² Tenże, *Pedagogika mass mediów*, dz. cyt., s. 133.

treść przekładu), ruch, zaskakująca kompozycja barw, efekty specjalne itp. Jednostka dłużej zapamiętuje obraz „wzmocniony”, ponieważ głębiej go przeżywa¹³.

Dostrzegamy zatem pewną iluzoryczną naturę mediów. Odgrywają one kluczową rolę w kształtowaniu określonego typu percepcji, doprowadzając niekiedy do fałszywych wyobrażeń o rzeczywistości, intencjonalnie wzmocnionych przez nadawców:

A jeszcze nie tak dawno wiązano iluzję wyłącznie z występami artystów cyrkowych. Jakie są oblicza medialnej iluzji? Najwięcej na tym polu dokonują media audiowizualne. Iluzja w ich wydaniu potrafi ludzi urzekać. W mediach tych narzędziem iluzji jest zasadniczo obraz – zawsze ruchomy i fascynujący. Intryguje on odbiorców orgią kolorów i magią rytmicznej muzyki. Obraz jest nośnikiem pewnych zjawisk, które dziś niepokoją ludzi odpowiedzialnych za przyszłość młodego pokolenia¹⁴

– diagnozuje biskup Lepa.

Wprawdzie słowo i obraz nie są zasadniczo rozpatrywane w kategorii dylematu, lecz jako wartości komplementarne w kulturze, to jednak dominacja obrazu, ujawniana na różnych polach ludzkiej aktywności, prowadzi do niepożądanych następstw, szczególnie zaś w szeroko pojmowanej dydaktyce. Wyraża się to w takich formach, jak rezygnacja z myślenia dyskursywnego, które winno towarzyszyć percepcji obrazu, a także trwała niechęć do czytania słowa drukowanego. Rodzi to wyjątkowo pilne wyzwanie pod adresem nauczycieli i wychowawców, szczególnie tych wszystkich, którzy formują młodych ludzi poprzez sztukę¹⁵.

– biskup Adam Lepa nie tyle podważa znaczenie obrazu w kulturze audiowizualnej czy domaga się uprzywilejowanej pozycji słowa, ile wskazuje na

¹³ Tenże, *Funkcja logosfery w wychowaniu do mediów*, dz. cyt., s. 72.

¹⁴ Tenże, *Ewangelizacja a świat iluzji*, dz. cyt., s. 52.

¹⁵ Tenże, *Ikonosfera. Środowisko obrazu*, dz. cyt., s. 17.

problem percepcji poznawczej, która warunkuje współczesne funkcjonowanie audytoriów. Podkreśla, że „najczęściej spotykanym wyznacznikiem w klasyfikacji mass mediów jest rodzaj percepcji, a więc zaangażowanie odpowiedniego zmysłu w odbiorze treści. W związku z tym wyróżnia się trzy główne grupy mass mediów: wizualne, audialne (audytywne) i audiowizualne”¹⁶.

Poszukując definicji mediów audiowizualnych, biskup Lepa wskazuje na szczególne zjawisko współczesnej integracji różnych nośników treści. „Są także obrazy, które dana jednostka percypuje. Funkcjonują wreszcie przekazy audiowizualne, w których słowo i obraz nawzajem się przenikają i uzupełniają”¹⁷ – podkreśla. „Słowo, obraz i dźwięk są w komunikowaniu masowym bardziej elementarne niż np. informacja. Obecność tych trzech składników zaznacza się najwyraźniej w mediach audiowizualnych (film, telewizja itp.)”¹⁸ – zauważa. W innym fragmencie podręcznika biskup Lepa stwierdza:

Media audiowizualne oddziałują na dwa zmysły człowieka: wzrok i słuch. Tworzywem podstawowym tych mediów są: słowo, obraz (statyczny albo dynamiczny), muzyka, hałas i cisza. [...] W związku z odbiorem mediów audiowizualnych zakłada się funkcjonowanie w jednostce tzw. syndromu audiowizualnego, który jest mechanizmem przetwarzającym wielorakie informacje (z różnych źródeł) w pewną zintegrowaną całość. Nową postacią mediów audiowizualnych są multimedia. Ich specyfika polega na tym, że zgodnie z nazwą, łączą w sobie kilka różnych środków komunikowania: tekst, obraz, animację, narrację, wideo, muzykę¹⁹.

Dla Adama Lepy problemem nie są zatem same media audiowizualne, ale niekorzystna w nich proporcja obrazu i słowa, co nie jest wynikiem ich natury jako nośników, ale ich intencjonalnego wykorzystania przez nadawców lub skutkiem biernej postawy odbiorców.

¹⁶ Tenże, *Pedagogika mass mediów*, dz. cyt., s. 42.

¹⁷ Tamże, s. 185.

¹⁸ Tamże, s. 40–41.

¹⁹ Tamże, s. 43–44.

Problemem jest bezkrytyczna konsumpcja audiowizualna.

Można powiedzieć, że media audiowizualne (film, telewizja, wideo, Internet) niejako z natury swej zaspokajają konsumpcyjne potrzeby swoich odbiorców. Wykorzystują ich bierność i czynią wszystko, aby przykuć ich uwagę – sensacją, orgią obrazów, ekscytującymi gestami, porywającą muzyką, fascynującym słowem itp. Elementy te obecne są w bardzo wielu programach telewizyjnych, dlatego stała się ona najbardziej „konsumowanym” medium na świecie²⁰

– stwierdza. Zdaniem Lepy również:

Bezkrytyczne obcowanie z nadmiarem obrazów z jednoczesnym niedocenianiem roli słowa w rozwoju człowieka prowadzi do groźnych następstw w jego osobowości. Najważniejsze z nich to pogłębienie postawy konsumpcji i stan uzależnienia się od mediów audiowizualnych oraz ubiernienie, a nawet ucieczka przed twórczą aktywnością. [...] Konsumenci obrazów stają się podatni na działania propagandy i stosunkowo łatwo pozwalają sobą manipulować. Autorzy w związku z tym formułują pytanie, na ile konsumpcja audiowizualności może stanowić dla człowieka szansę komunikowania się z innymi²¹.

Analizowane zjawisko kultury audiowizualnej biskup Adam Lepa odnosi również do fotografii:

Jest znamienne, że wymienione przykładowo negatywne skutki oddziaływania obrazu można odnieść nawet do fotografii. Rozpatrując to zagadnienie, autorzy podkreślają, że już sama fotografia pokazuje zdeformowany wycinek rzeczywistości. Wraz z innymi mediami wizualnymi doprowadziła ona do tzw. teatralizacji życia społecznego. Polega to na tym, że niektóre media (wizualne, audiowizualne) niejako usadawiają jednostkę na widowni i zniewalają we właściwy im sposób do biernego przyglądania się temu, co dzieje się na „scenie życia”²².

²⁰ Tenże, *Media a postawy*, Łódź 2001, s. 92.

²¹ Tenże, *Pedagogika mass mediów*, dz. cyt., s. 114–115.

²² Tamże, s. 183–184.

Biskup Lepa, dostrzegając pozytywne aspekty kultury audiowizualnej jako form współczesnej rozrywki i relaksu, wskazuje na ukrytą w niej tendencję do faworyzowania obrazu i wizualnej formy percepcji. Nie jest to jednak kwestia natury nośników audiowizualnych, ale postaw nadawczych i odbiorczych, przede wszystkim skutek bezkrytycznej bierności. W konsekwencji może to prowadzić do zjawiska manipulacji audiowizualnej: „Ponadto tacy odbiorcy mediów audiowizualnych stają się bardzo podatni na propagandę oraz na działania manipulatorskie. Wykazują bowiem przytępiiony zmysł krytyczny i daleko idącą naiwność w odbiorze mediów”²³. Zdaniem biskupa Lepy

właśnie ze względu na występujący w nich przerost obrazu, są najbardziej manipulatywnymi mediami. Wśród nich na pierwszym miejscu pod tym względem stawia się film. Mówi się o nim, że z natury swojej przekazuje fałszywe odbicie świata, dlatego zasługuje w pełni na miano „krzywego zwierciadła” istniejącej rzeczywistości. Prowadzi to do opinii, że film z pewnością i skutecznie okłamuje odbiorcę i spełnia w szerokim zakresie funkcję mitotwórczą²⁴.

W innym miejscu dodaje:

dysponenci manipulacji odwołują się w swoich działaniach przede wszystkim do przekonań adresatów, a więc do intelektu i do woli, ale bezpośrednio oddziałują albo na ich zmysły (wzrok, słuch, wyobraźnia), albo też na ich podświadomość. Może być wtedy manipulacja wizualna, medialna, audiowizualna oraz manipulacja w oddziaływaniu pozazmysłowym²⁵.

Obraz jest często „składnikiem propagandy wizualnej (audiowizualnej), która współbuduje mity współczesne”²⁶, przez co odbiorcy mogą również przyjmować cudze poglądy i zachowania jako własne, bez krytycznego namysłu:

²³ Tenże, *Media a postawy*, dz. cyt., s. 91–92.

²⁴ Tenże, *Świat manipulacji*, Częstochowa 1997, s. 31–32.

²⁵ Tamże, s. 46–47.

²⁶ Tenże, *Mity i obrazy*, Łódź 1999, s. 27.

„W percepcji wpływu podświadomego doniosłą rolę spełnia mechanizm psychiczny nazywany «zespołem identyfikacji-projeckji». Jego funkcjonowanie można odkryć przede wszystkim w odbiorze mediów audiowizualnych”²⁷. Wreszcie może to być manipulacja muzyką rozrywkową, której „obecność w mediach audialnych i audiowizualnych stale wzrasta”²⁸.

Oprócz zjawiska manipulacji audiowizualnej, które ujawnia się wskutek bezkrytycznej bierności audytorów, Adam Lepa wskazuje również na problem przemocy ekranowej, zarówno jej bezpośredniego ukazywania, jak i stosowania np. przemocy werbalnej czy wizualnej:

Najwięcej uwagi badacze oraz autorzy rozpraw poświęcają agresywności młodego człowieka jako efektowi jego nadmiernych kontaktów z mediami audiowizualnymi, a w szczególności z telewizją. Badania potwierdzają tezę, że agresywność jednostki pochodzi z częstego oglądania w telewizji określonych gatunków filmów (tzw. filmów gangsterskich, horrorów itp.) oraz używania agresywnych gier komputerowych²⁹.

Aby podkreślić wyjątkowy wpływ obrazu na jego psychikę używają takich słów, jak np. „wstrząs” czy „przemoc”. Gdy zaś rozpatrują negatywny wpływ obrazu na jednostkę, wtedy w tytułach publikacji punktem odniesienia w ocenach staje się konkretne medium audiowizualne, np. telewizja czy Internet, albo też propaganda wizualna³⁰

– zauważa biskup Lepa. Istotnie

pod adresem mediów audiowizualnych (film, telewizja) wysuwany jest zarzut, że zbyt często pokazują one akty przemocy oraz różnorakie postaci przestępstw. Te ostatnie to napady na tle rabunkowym i seksualnym oraz związane z nimi sceny tortur, gwałtów i zabijania ludzi. [...] Jednakże mediom audiowizualnym stawia się jeszcze jeden zarzut z grupy najcięższych.

²⁷ Tenże, *Pedagogika mass mediów*, dz. cyt., s. 132.

²⁸ Tamże, s. 115.

²⁹ Tenże, *Funkcja logosfery w wychowaniu do mediów*, dz. cyt., s. 87.

³⁰ Tamże, s. 59.

Oto pewne media, a wśród nich przede wszystkim telewizja, kształtują fałszywy obraz przestępcy, ofiary i uwarunkowań, jakie rzekomo towarzyszą popełnianiu przestępstwa. Często lekceważy się, a nawet trywializuje krzywdę i cierpienie człowieka na korzyść bohatera – przestępcy, któremu twórcy filmu „dorabiają” cechy budzące sympatię u widzów³¹.

Biskup Adam Lepa dostrzega również przemiany samego języka mediów audiowizualnych:

Język pod wpływem postępującej dominacji obrazu, zdradza nie tylko rosnącą nieporadność gramatyczną czy stylistyczną. Staje się też terenem używania słów nieprzyzwoitych i wulgarnych, co również jest wynikiem oddziaływania mediów audiowizualnych (filmy, programy estradowe, teksty piosenek itp.)³².

Celem powyższego studium była próba odpowiedzi na pytanie: jakie zjawiska współczesnej kultury audiowizualnej analizuje biskup Adam Lepa? Zauważyliśmy kluczowy problem percepcji audiowizualnej, która bez wsparcia edukacyjnego może doprowadzić współczesne audytoria do negatywnych konsekwencji, wskutek czego media audiowizualne stają się bardziej intencjonalnymi narzędziami manipulacji niż formą rozrywki i relaksu psychicznego.

4. Edukacja medialna a przeciwdziałanie dominacji ikonosfery

Współczesna kultura jest zdominowana przez obrazy, co ma konsekwencje dla komunikacji, etyki, edukacji i ewangelizacji. Dominacja ikonosfery nad logosferą domaga się aktywności audytoriów, aby przywrócić w kulturze

³¹ Tenże, *Pedagogika mass mediów*, dz. cyt., s. 108–109.

³² Tenże, *Funkcja logosfery w wychowaniu do mediów*, dz. cyt., s. 83.

istotną równowagę między środowiskiem słowa a sferą obrazu. To główne założenia koncepcji edukacyjno-medialnej biskupa Adama Lepy, który postrzega problem marginalizacji logosfery jako skutek uzależnienia od mediów audiowizualnych:

Środowisko słowa organizuje się także w tym celu, żeby podnieść poziom odczytywania tekstów. Z tym wiąże się również umiejętność poprawnego wyrażania myśli – zarówno w mowie, jak i w piśmie. Budowanie logosfery ma uwrażliwić jednostkę na słowo. Przy czym należy pamiętać, że dla osób dotkniętych dominacją obrazu, a szczególnie dla tych, którzy uzależnili się od mediów wizualnych i audiowizualnych, słowo przestało być wartością docenianą. Nie zwracają też uwagi na jego rolę w języku mówionym i drukowanym³³.

Ograniczenie percepcji audiowizualnej na rzecz powrotu do myślenia dyskursywnego to postulowany kierunek działań edukacyjno-medialnych. Może on polegać na świadomym ograniczaniu pewnych form konsumpcji medialnej:

W zorganizowanej logosferze rodziny, symptomatyczny jest rodzaj odbioru mediów. Dużo mówi np. fakt wyraźnej przewagi mediów drukowanych (książki, prasy) nad mediami elektronicznymi, a wśród tych ostatnich – nad mediami audiowizualnymi (telewizja, wideo, Internet). Wymowny jest w związku z tym brak telewizora w mieszkaniu, wynikający z podjętych świadomie decyzji³⁴.

Istotą powrotu do logosfery jest przede wszystkim ponowne uświadomienie audytoriom roli słowa w kulturze audiowizualnej:

Dla osób dotkniętych dominacją obrazu, a szczególnie dla tych, którzy się uzależnili od mediów wizualnych i audiowizualnych, słowo przestało być wartością docenianą. Nie zwracają więc uwagi na jego rolę w języku

³³ Tenże, *Logosfera. O środowisku słowa*, dz. cyt., s. 50–51.

³⁴ Tenże, *Funkcja logosfery w wychowaniu do mediów*, dz. cyt., s. 201.

mówionym i drukowanym. Nie doceniają też znaczenia słowa w wypowiedzianych przez siebie myślach, a nawet nie przykładają wagi do sposobu jego wymawiania (dykcja)³⁵.

Biskup Lepa podpowiada praktyczne środki zmierzające do odnowy logosfery:

Z bogatej listy wspomnianych symptomów prymatu słowa wymieńmy te, które zawierają w sobie odniesienie do etycznych podstaw społeczeństwa komunikacji. Są to: kultura słowa, eliminująca sformułowania niecenzuralne, oddawanie się lekturze ambitnych tekstów, wymagające ciszy i intelektualnego skupienia, potrzeba dialogu z innymi ludźmi oraz umiejętność łatwego nawiązywania rozmów, dystans wobec obrazów medialnych, pozwalający uchronić się przed uzależnieniem od mediów audiowizualnych³⁶.

Brak podjęcia działań edukacyjnych będzie skutkowało nie tyle dalszą dominacją ikonosfery i marginalizacją logosfery, ile dewastacją myślenia odbiorców przekazów medialnych, słabą kondycję intelektualną i emocjonalną audytorium:

Zachwianie rozwoju umysłowego czy jego ograniczenie może nastąpić przede wszystkim w następstwie dominacji obrazu przy jednoczesnej marginalizacji słowa. Taką sytuację oferują dziś człowiekowi media, zwłaszcza wizualne i audiowizualne. Jest tam wprawdzie obecne słowo, jednakże obraz tak dalece oddziałuje na psychikę odbiorcy, że słowo jest wyraźnie przezeń zmajoryzowane³⁷.

Biskup Lepa jest przekonany, że problem dominacji ikonosfery będzie się w kulturze pogłębiał, stąd jego motywacja do podjęcia tego problemu:

Choć często powątpiewano czy słowo i obraz jako pojęcia niewspółmierne mogą być porównywane w refleksji nad uczestnictwem człowieka w kulturze

³⁵ Tamże, s. 186–187.

³⁶ Tenże, *Logosfera a etyka społeczeństwa komunikacji*, dz. cyt., s. 142.

³⁷ Tenże, *Mity i obrazy*, dz. cyt., s. 37–38.

współczesnej (np. obraz jest zawsze czymś więcej niż tekstem), to jednak żywiłowy rozwój kultury masowej i jego następstwa od dawna prowokują do zastanowienia się nad imponującą ekspansją obrazu nad enigmatycznym losem słowa. Z kolei, wynikające z tej refleksji niepokoje przyczyniły się do podjęcia pogłębionych badań nad językiem obrazu, jego percepcją i formującym się środowiskiem audiowizualności³⁸.

To przede wszystkim media audiowizualne, film, telewizja, Internet i coraz to nowsze formy przekazu są odpowiedzialne za problem nierówności ikonofery i logosfery w kulturze:

Rozwój ikonofery, a wraz z nim wzrost dominacji obrazu, związane są ściśle z rozwojem mediów ikonicznych (wizualnych i audiowizualnych) – zarówno ilościowym, jak i jakościowym. Ponieważ rozwój ten odbywa się stale i nic nie wskazuje na jego ustanie, a nawet spowolnienie, dlatego należy oczekiwać, że również sama ikonofera będzie stale poszerzała swój „stan posiadania”, potęgując tym samym dominację obrazu³⁹.

Biskup Lepa uzasadnia również, dlaczego podjął się studiów nad tematem statusu ikonofery i logosfery w kulturze audiowizualnej:

Jedną z hipotez w rozwiązywaniu podjętego problemu było założenie autora, że logosfera może spełnić istotną rolę w wychowaniu do mediów poprzez ochronę wychowanka przed negatywnymi skutkami dominacji obrazu. Ten punkt wyjścia prowadził najpierw do refleksji nad funkcją ikonofery w wychowaniu. Jej głównym nośnikiem są media ikoniczne (wizualne i audiowizualne). Zwykła obserwacja pozwala stwierdzić, że w mediach tych kurczy się rola słowa (mówionego, drukowanego). Z tego względu refleksja podjęta nad rolą logosfery w wychowaniu do mediów ma w rozprawie charakter postulatywny⁴⁰.

³⁸ Tenże, *Ikonosfera. Środowisko obrazu*, dz. cyt., s. 16.

³⁹ Tenże, *Funkcja logosfery w wychowaniu do mediów*, dz. cyt., s. 64.

⁴⁰ Tamże, s. 7.

Interesujące i wymowne, że biskup Lepa jako krytyk ikonosfery i mediów audiowizualnych nie tylko nie podważa ich roli w komunikacji społecznej, ale dostrzega pozytywne możliwości w przywracaniu logosfery:

Ponieważ najwięcej informacji dociera do jednostki za pośrednictwem mediów audiowizualnych, a w szczególności telewizji, przeto logosfera przyjmuje w praktyce funkcję regulacyjną w obszarze infosfery. To właśnie zorganizowane środowisko słowa sprawia, że poszczególne osoby mogą obcować z lawiną informacji z odpowiednim dystansem i w sposób przemyślany. Istnieją różne relacje na linii logosfera – ikonosfera. Najważniejsze są cztery. Relacja z przewagą logosfery nad ikonosferą. [...] Relacja z przewagą ikonosfery nad logosferą. [...] Relacja zrównoważonego współdziałania logosfery i ikonosfery, będąca skutkiem funkcjonowania zasady komplementarności. Ułatwia powstanie zorganizowanej logosfery. Relacja niskiej aktywności logosfery i ikonosfery. Jest następstwem zasady neutralności. Prowadzi do chaosu medialnego i informacyjnego⁴¹

– podkreśla. Wśród środków społecznego przekazu, które w największym stopniu mogą przywrócić zakłóconą relację między ikonosferą a logosferą w kulturze audiowizualnej, Adam Lepa wymienia radio:

Przyjmuje się powszechnie, że medium, które stanowi najpełniejsze forum słowa jest radio. Jest tak ze względu na wielką siłę słowa. Dzięki temu, że jest ono audytywne, pogłębia słuchacza jako *homo audiens* i wprowadza do jego środowiska dużą dozę radiowości. Ponieważ radio zdolne jest przekazać czyste walory audytywne lektury, deklamacji czy muzyki instrumentalnej, nie „zakłócone” konkurencyjną obecnością obrazu, przeto jest jedyne w całym świecie mediów audialnych i audiowizualnych. O tej wyjątkowości świadczą przede wszystkim podstawowe właściwości przekazu radiowego, w którym słowo zajmuje zawsze miejsce centralne⁴².

⁴¹ Tamże, s. 177–178.

⁴² Tamże, s. 100.

Innym razem wskazuje na prasę:

Utrwała się powszechnie pogląd, że prasa jest najbardziej pedagogicznym środkiem komunikowania masowego. Wykazuje bowiem wysoką zdolność skutecznego oddziaływania na postawy i opinie człowieka. Wynika to przede wszystkim z faktu, że nie ma w niej tej „ulotności”, jaka cechuje media audialne (radio) czy audiowizualne (telewizja)⁴³.

Biskup Lepa skutecznego przeciwdziałania dominacji ikonosfery w kulturze audiowizualnej przede wszystkim dopatruje się w tworzeniu akademickich i szkolnych programów edukacji medialnej. Inicjuje interesującą dyskusję w tym zakresie, zastanawiając się, o jaką pedagogikę mediów należałoby zabiegać:

Z dotychczasowych stwierdzeń wynika, że nazwa dyscypliny naukowej zajmującej się wychowaniem do mediów, pedagogika mediów, całkowicie oddaje podejmowaną przez nią problematykę. Nie można tego powiedzieć o innych nazwach, np. pedagogika audiowizualna, pedagogika massmedialna, czy tym bardziej pedagogika massmediologiczna. Nazwy te są przede wszystkim wieloznaczne i kładą nacisk na instrumentalną funkcję mediów wobec pedagogiki. Mogą więc sugerować, że np. pedagogika audiowizualna jest to taka pedagogika, którą media audiowizualne wspierają i są podstawą jej funkcjonowania⁴⁴.

Przypomina również o prowadzonej dwie dekady temu w Polsce dyskusji nad wprowadzeniem nowego przedmiotu szkolnego, przygotowującego do świadomego i krytycznego korzystania z mediów:

W Polsce na oznaczenie przygotowania do odbioru mediów używa się ostatnio sformułowania „edukacja medialna”. Zakres tego przygotowania powiększono w „ścieżce edukacyjnej” i ma być realizowany w szkole

⁴³ Tenże, *Pedagogika mass mediów*, dz. cyt., s. 62.

⁴⁴ Tenże, *Funkcja logosfery w wychowaniu do mediów*, dz. cyt., s. 50–51; tenże, *Pedagogika mass mediów*, dz. cyt., s. 29.

podstawowej i w gimnazjum jako „edukacja czytelnicza i medialna”. W związku z tym wcześniej odrzucone zostały inne nazwy nowego przedmiotu szkolnego, takie np. jak „edukacja audiowizualna” czy „technologia informacyjna”⁴⁵.

Adam Lepa opowiada się zatem za komplementarnym ujęciem ewentualnego przedmiotu szkolnego, uwzględniającego różne formy przekazu, od drukowanych po audiowizualne, bez faworyzowania określonego typu mediów czy też technologii.

Poszukując formy edukacji medialnej w przeciwdziałaniu problemowi dominacji ikonosfery, biskup Lepa dzieli się swoimi francuskimi i włoskimi studiami medioznawczymi:

Sama idea wychowania do mediów na Zachodzie podlegała dość długiej ewolucji. W praktyce ograniczała się pierwotnie do przekazywania odpowiedniej wiedzy na temat mediów – ich historii, języka i najważniejszych mechanizmów. Wychodzono wtedy z założenia, że to powinno wystarczyć młodemu odbiorcy mediów. Przy czym to „wychowanie”, a praktycznie „uczenie” o mediach dotyczyło najpierw filmu, a później telewizji. Wkrótce zainteresowanie nauczycieli i wychowawców telewizją poszerzone zostało o pozostałe media i praktycznie tak jest do dziś. Należy podkreślić, że pierwsze próby wprowadzenia do szkoły lekcji, które miały przygotowywać do korzystania z mediów, wykazywały charakter raczej pewnego „wprowadzenia”, „propedeutyki” niż opracowanego projektu czy tym bardziej systemu dydaktycznego. [...] W realizowanym wychowaniu do mediów po macoszemu traktowana jest prasa drukowana, co jest następstwem zmajoryzowania jej przez media audiowizualne. W „uczeniu się mediów” kładziono nacisk na krytycyzm wobec nich. [...] Sporadycznie tylko w programach wychowania do mediów w krajach zachodnich zwracano uwagę na selektywny stosunek odbiorcy do emitowanych treści. Wyjątkowo również wyrażany jest postulat formowania odbiorców aktywnych wobec mediów⁴⁶

⁴⁵ Tenże, *Funkcja logosfery w wychowaniu do mediów*, dz. cyt., s. 47–48.

⁴⁶ Tamże, s. 32–33.

– analizuje biskup Lepa. Podkreśla możliwości integracji edukacji medialnej z pedagogiką religijną, przywołując prace Pierre’a Babina OMI (1925–2012), francuskiego zakonnika, pedagoga i psychologa mediów, w Polsce relatywnie mniej znanego badacza⁴⁷:

Należy podkreślić, że w krajach zachodnich postulat wychowania do mediów formułowany jest często przez pedagogów katolickich. Przykładem może być długoletnia działalność w tej dziedzinie Pierre’a Babina, który podejmował liczne inicjatywy, aby we Francji zarówno w katechizacji, jak i w duszpasterstwie parafialnym wprowadzić elementy pedagogiki nazywanej przezeń „audiowizualną”. We Włoszech jeszcze wyraźniej niż we Francji podkreśla się rolę wychowania do mediów, nie ogranicza się jednak przygotowania dzieci i młodzieży do warstwy dydaktycznej. W ramach tego wychowania kładzie się nacisk na takie czynniki, jak: formacja hierarchii wartości, zapoznanie z negatywnymi skutkami funkcjonowania mediów, budzenie kreatywności, kształtowanie kultury słowa i rola osobowości nauczyciela⁴⁸.

Celem powyższego studium była próba odpowiedzi na pytanie: jak przez edukację medialną możemy przeciwdziałać zjawisku dominacji ikonosfery w kulturze audiowizualnej według biskupa Lepy? Zauważyliśmy istotę problemu marginalizacji logosfery, prowadzącego do obniżenia zdolności intelektualnych audytorium. Dalszy rozwój mediów audiowizualnych będzie przyczyniał się do pogłębienia zjawiska, choć pod pewnym względem można je wykorzystać do tworzenia środowiska słowa m.in. dzięki nakłanianiu do słuchania radia czy czytelnictwa prasy. Skuteczną metodą społeczną wydają się jednak akademickie i szkolne programy edukacji medialnej.

⁴⁷ P. Babin, *Piccola grammatica dei media*, Turyn 1991; T. Chromik, „Rozwój pedagogiki religijnej we Francji na przykładzie twórczości P. Babina”, rozprawa doktorska, Akademia Teologii Katolickiej w Warszawie, Warszawa 1981.

⁴⁸ A. Lepa, *Funkcja logosfery w wychowaniu do mediów*, dz. cyt., s. 38; Archiwum Archidiecezjalne w Łodzi, Zesp. Spuścizna naukowa bpa A. Lepy, Sygn. SPNBAL 4/35, Upadek czytelnictwa, czy tryumf oglądactwa, bez daty; Tamże, Sygn. SPNBAL 4/1, Medytując nad słowem, 1998.

5. Wnioski

Studiując i badając teorię logosfery i ikonosfery biskupa Adama Lepy, można wskazać na kilka jej istotnych, a także wyjątkowych cech.

Przed wszystkim to oryginalne ujęcie problemu współczesnej kultury audiowizualnej, w której można zaobserwować dominację obrazu i marginalizację słowa. Przyczyną tego stanu rzeczy jest upowszechnienie się mediów audiowizualnych, filmu, telewizji i internetu jako głównych form komunikacji społecznej. Jednak nie samo ich wykorzystanie jest tu przyczyną, ale brak świadomości audytorów w tym zakresie.

Jako drugie warto zauważyć zjawisko nierównych proporcji kulturowych ikonosfery i logosfery prowadzące do zaniku myślenia dyskursywnego, co podkreśla biskup Adam Lepsa jako istotę problemu. Stąd jego zainteresowanie studiami w tej materii. Nie jest on jednak przeciwnikiem audiowizualności i wizualności, co więcej jego krytyka wskazuje na możliwości pozytywnego przyjęcia nowej kultury medialnej, jako formy rozrywki i relaksu. Wskazuje m.in. na radio, które jako medium audialne sprzyja rozwojowi logosfery.

Ostatnią cechą teorii logosfery i ikonosfery jest to, że koncepcja jest nie tyle teoretyczna, ile praktyczna, domagająca się podjęcia aktywności społecznej. To przede wszystkim program edukacji medialnej, akademickiej i szkolnej, oparty na powrocie do kultury słowa w miejsce samej konsumpcji medialnej obrazów, promujący krytyczne myślenie, selektywny wybór treści medialnych, podkreślający znaczenie prasy drukowanej. Program aktualny z uwagi na postępujący, technologiczny rozwój mediów wizualnych i audiowizualnych.

Biogram

Piotr Drzewiecki – dr hab., medioznawca, edukator medialny, dziennikarz, profesor uczelni na Uniwersytecie Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie, wykładowca w Wyższej Szkole Kształcenia Zawodowego we Wrocławiu, [instagram.com/piotr.jozef.drzewiecki/](https://www.instagram.com/piotr.jozef.drzewiecki/)

Streszczenie

Celem artykułu jest studium i badanie teorii logosfery i ikonosfery biskupa Adama Lepy jako oryginalnej koncepcji wyjaśniającej niektóre zjawiska współczesnej kultury audiowizualnej. Prace prowadzono metodą analizy i krytyki piśmiennictwa, głównie opierając się na monografiach *Ikonosfera. Środowisko obrazu i Logosfera. O środowisku słowa* biskupa Adama Lepy z 2017 roku. Wskazano na istotny w świetle teorii logosfery i ikonosfery problem myślenia dyskursywnego, jako podstawy krytyki i selekcji przekazów audiowizualnych. Koncentracja wokół tego zagadnienia w perspektywie biskupa Adama Lepy powinna stanowić podstawę współczesnych programów akademickiej i szkolnej edukacji medialnej.

Słowa kluczowe: ikonosfera, logosfera, kultura audiowizualna, pedagogika mediów, edukacja medialna

Summary

The purpose of this article is to study and research Bishop Adam Lepa's theory of the logosphere and iconosphere as an original concept to explain some phenomena of contemporary audiovisual culture. The work was conducted by the method of analysis and criticism of the literature, mainly based on the monographs *Iconosphere. The environment of the image* and *Logosphere. On the environment of the word* by Bishop Adam Lepa in 2017. The problem of discursive thinking as a basis for criticism and selection of audiovisual messages, which is important in the light of the theory of the logosphere and iconosphere, was pointed out. Concentration around this issue in the perspective of Bishop Adam Lepa should form the basis of contemporary academic and school media education programs.

Keywords: iconosphere, logosphere, audiovisual culture, media pedagogy, media education

Bibliografia

- Archiwum Archidiecezjalne w Łodzi, Zesp. Spuścizna naukowa bpa A. Lepy, Sygn. SPNBAL 4/13, Nowa ikonosfera a wychowanie do mediów, 2006.
- Archiwum Archidiecezjalne w Łodzi, Zesp. Spuścizna naukowa bpa A. Lepy, Sygn. SPNBAL 4/35, Upadek czytelnictwa, czy tryumf oglądactwa, b.d.
- Archiwum Archidiecezjalne w Łodzi, Zesp. Spuścizna naukowa bpa A. Lepy, Sygn. SPNBAL 4/1, Medytując nad słowem, 1998.
- Babin P., *Piccola grammatica dei media*, Turyn 1991.

- Chromik T., „Rozwój pedagogiki religijnej we Francji na przykładzie twórczości P. Babina”, rozprawa doktorska, Akademia Teologii Katolickiej w Warszawie, Warszawa 1981.
- Cisek S., *Metoda analizy i krytyki piśmiennictwa w nauce o informacji i bibliotekoznawstwie w XXI wieku*, „Przegląd Biblioteczny” 78 (2010), nr 3, s. 273–284.
- Draguła A., *Słowo i obraz*, „Polonia Sacra” 25 (2021), nr 4, s. 23–41.
- Drzewiecki P., *Pedagogia filmu sportowego – wokół propozycji biskupa Adama Lepy*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 32 (2023), nr 2, s. 33–42.
- Fiołek-Lubczyńska B., *Retoryka zagrożenia i emocji (uczuci i afektów) w dokumentach filmowych pt. „Mała Zagłada” i „Sól ziemi”*, „Kultura – Media – Teologia” 2023, nr 53, s. 94–109.
- Kalisz A., *Podcast, czyli od przekazu audialnego w stronę jego audiowizualnych odston. Perspektywa mediolingwistyczna*, „Zeszyty Prasoznawcze” 67 (2024), nr 1 (257), s. 43–59.
- Kawecki W., *Wizualność współczesnej kultury*, „Roczniki Kulturoznawcze” 13 (2022), nr 1, s. 65–79.
- Lepa A., *Ewangelizacja a świat iluzji*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 10 (2001), nr 1, s. 49–55.
- Lepa A., *Funkcja logosfery w wychowaniu do mediów*, Łódź 2006.
- Lepa A., *Ikonosfera. Środowisko obrazu*, Łódź 2017.
- Lepa A., *Logosfera a etyka społeczeństwa komunikacji*, „Annales. Etyka w Życiu Gospodarczym” 11 (2008), nr 2, s. 133–144.
- Lepa A., *Logosfera. O środowisku słowa*, Łódź 2017.
- Lepa A., *Magia obrazu*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 6 (1997), nr 1, s. 263–276.
- Lepa A., *Media a postawy*, Łódź 2001.
- Lepa A., *Mity i obrazy*, Łódź 1999.
- Lepa A., *Pedagogika mass mediów*, Łódź 2000.
- Lepa A., *Świat manipulacji*, Częstochowa 1997.
- Regiewicz A., *Audiowizualność literatury. Próba konceptualizacji*, „Teksty Drugie. Teoria Literatury, Krytyka, Interpretacja” 2021, nr 2, s. 281–300.
- Witek P., Rozborska A., *Cyfrowa dostępność kultury (audio) wizualnej*, „Biuletyn EBIB” 201 (2021), nr 1, s. 1–8.

KAROL KLAUZA

INSTYTUT DZIENNIKARSTWA I KOMUNIKACJI SPOŁECZNEJ
KATOLICKI UNIwersYTET LUBELSKI JANA PAWŁA II

JUSTYNA SZULICH-KAŁUŻA

INSTYTUT DZIENNIKARSTWA I ZARZĄDZANIA
KATOLICKI UNIwersYTET LUBELSKI JANA PAWŁA II
ORCID: 0000-0002-6845-168x

Mass media i postawy człowieka

Wkład biskupa Adama Lepy w studia dziennikarskie na Katolickim Uniwersytecie Lubelskim Jana Pawła II

Problematyka dziennikarska w programach nauczania na Katolickim Uniwersytecie Lubelskim (KUL) była obecna od początków istnienia tej uczelni. Okres okupacji niemieckiej oraz rządowe restrykcje powojenne zahamowały rozwój tej specjalności humanistycznej i społecznej zarówno w badaniach naukowych, jak i dydaktyce. Jedynie w uczelnianych redakcjach czasopism naukowych troszczono się o profesjonalny warsztat dziennikarski, głównie w wydawnictwach naukowych. Brak dostępu do instytucji radiowych pozostających w dyspozycji władz komunistycznych, podobnie jak od lat 60. XX wieku w przypadku telewizji, wykluczył kształcenie kadr kolejnych pokoleń dziennikarzy. Sytuacja ta uległa zmianie w wyniku zainicjowanych przez społeczny przełom końca XX wieku, którego efektem była likwidacja cenzury mediów społecznych – demokratyczne dopuszczenie do systemu medialnego

pozalewicowych środowisk społecznych, w tym związków wyznaniowych. Dla Kościoła katolickiego oznaczało to powrót do wielu przedwojennych inicjatyw na polu prasy, radia, filmu oraz tworzenia nowych pastoralnych dzieł z wykorzystaniem rodzących się nowych mediów cyfrowych i globalnych. Wystarczy wskazać choćby na dynamiczny rozwój transmisji mszy świętych niedzielnych czy ofertę codziennych połączeń internetowych z wielu parafii i sanktuariów krajowych i światowych.

Uniwersytet wierny swej misji „Deo et Patriae” powołał w 1993 roku podyplomowe studium komunikowania społecznego i dziennikarstwa na Wydziale Nauk Społecznych. Inicjatorem tego kierunku był ojciec prof. Leon Dyczewski OFMConv, którego celem było wsparcie charyzmatu ludzi świeckich w pedagogii medialnej respektującej aksjologię chrześcijańską. W środowisku KUL-u była to szerzej pojęta formacja niż funkcjonująca wówczas na Wydziale Teologii specjalność inspirowana kompetencjami medialnymi wówczas księdza dr. Jana Chrapka. Była ona bowiem skierowana do studentów rekrutujących się z katechetów, misjonarzy i homiletów, a w odniesieniu do problematyki teologicznej – fundamentalistów, dogmatyków i teologów moralnych.

Rekrutacja na pierwsze roczniki studium odbywała się w drodze oceny kompetencji medialnych kandydatów. Program nauczania preferował zajęcia praktyczne w mediach audiowizualnych i prasoznawczo-edytorskich. Prelegentami byli uznani pracownicy mediów świeckich, reprezentujący kompetencje sprawdzone w życiu społecznym lat 80. i 90 XX wieku. Do ich grona na prośbę ojca Dyczewskiego Uniwersytet powołał w 1993 roku¹ biskupa Adama Lepę. Dał się on poznać jako akademicki specjalista z zakresu pedagogii mediów. Był bowiem autorem liczących się w środowisku publikacji z zakresu propagandy i manipulacji medialnej². Kompetencje te wsparła

¹ Program studium na rok akademicki 1993/1994 przewidywał cykl wykładów biskupa Lepy pt. „Podstawowe mechanizmy propagandy w mediach. Media w dokumentach kościelnych”. Zob. Archiwum KUL, zasoby Podyplomowego Studium Komunikacji Społecznej i Dziennikarstwa [jednostki bez sygnatur, bez tytułu, brak paginacji].

² Oficyna wydawnicza „Niedziela” opublikowała jego opracowania w 1994 roku pt. *Świat propagandy*, a w 1995 roku – *Świat manipulacji*. Obie pozycje były wcześniej przedmiotem dyskusji w ramach konwersatorium „Aetatis novae” działającym przy redakcji Tygodnika Katolickiego „Niedziela” do 1998 roku.

decyzja Konferencji Episkopatu Polski, która powierzyła Biskupowi funkcję przewodniczącego Rady (z czasem Komisji) Episkopatu Polski do Spraw Środków Społecznego Przekazu, członka Europejskiego Komitetu Biskupów ds. Mediów (CEEM), a z chwilą powołania Katolickiej Agencji Informacyjnej – jej wieloletniego członka Rady Programowej. W ślad za decyzją z 1993 roku KUL w kolejnych latach podtrzymywał współpracę z biskupem Lepą w różnych formach aktywności akademickiej³. Składały się nań:

1. kierowanie blokiem wykładów „Kościół a media”, w skład którego wchodziły wykłady i konwersatoria dr. Karola Klauzy⁴;
2. udział z referatami i prowadzeniem sesji naukowych na sympozjach organizowanych przez pracowników studium⁵;
3. włączanie środowiska naukowego studium do inicjatyw kościelnych, w tym konferencji redaktorów naczelnych prasy katolickiej, gromadzących się pod auspicjami Rady (Komisji) Episkopatu, kierowanej przez biskupa Lepę w siedzibie Sekretariatu Episkopatu po każdorazowym Zebraniu Plenarnym Konferencji Episkopatu Polski;
4. reprezentowanie inicjatyw w zakresie mediów kościelnych w Polsce wobec władz państwowych i kościelnych. Dotyczyło to m.in. dyskutowanych na forum Studium inicjatyw działającego od 1992 roku Katolickiego Stowarzyszenia Dziennikarzy, w których władzach byli

³ Pismo z 28 lutego 1997 roku skierowane do biskupa Lepy z propozycją bloku wykładów-konwersatorium w trakcie trzech przyjazdów w roku akademickim. Oferta była ponawiana w kolejnych latach: 1999, 2001, 2002, 2005. Zob. Archiwum KUL, zasoby Podyplomowego Studium Komunikacji Społecznej i Dziennikarstwa.

⁴ Przykładowo od 1997 roku zmodyfikowane profile wykładów. Biskup Lepa wykladał zagadnienia: 1) mass media i postawy człowieka, 2) cywilizacja obrazu, 3) ewangelizacja i mitologia, 4) dziennikarz niezależny czy odpowiedzialny, 5) zadania mediów katolickich. Doktor Klauza wykladał równoległe genezę i treści dokumentów kościelnych: *Miranda prorsus*, *Inter mirifica*, *Communio et progressio*, *Aetatis novae*, Instrukcja o pornografii i Instrukcja o dialogu ekumenicznym.

⁵ Podczas sesji naukowej odbywającej się 13–14 marca 1998 roku biskup Lepa wygłosił referat „Radiofonia i telewizja czynnikami pogłębiającymi więzi społeczne oraz moralne jednostek i społeczeństwa”. Ponadto przewodniczył sesji panelowej z udziałem m.in.: ówczesnego prezesa Polskiego Radia SA Krzysztofa Michalskiego, posła RP, i wiceprzewodniczącego Komisji Kultury i Środków Przekazu Marka Markiewicza oraz Andrzeja Jurgi, Ryszarda Bendera, Jana Szafranca. Referaty i głosy w dyskusji zostały wydane drukiem jako *Medialne rozdroże* i 2 grudnia 1998 roku wysłane do parlamentarzystów.

wykładowcy studium (dr Maciej Łętowski jako prezes, dr Karol Klauza jako członek Zarządu⁶). Jako konsultant Biskup wspierał także niektóre inicjatywy wydawnicze podejmowane w środowisku Studium⁷.

W ramach kierowania blokiem wykładów „Kościół a media” Adam Lepa pozostawał w stałym kontakcie z ojcem Dyczewskim, realizując zadania dostosowane do aktualnych wyzwań kultury medialnej. Dotyczyły one m.in.: projektów ogólnopolskiego dziennika katolickiego, etyki mediów czy formułowania podstaw prawnych systemu medialnego.

Przed rozpoczęciem kolejnych cykli wykładów biskup Lepa spotykał się z wykładowcami jego bloku programowego w gmachu Wyższego Seminarium Duchownego w Łodzi. Celem spotkań było omówienie merytorycznych aspektów wykładów. Jego sugestie dotyczyły też niektórych kwestii związanych z problematyką społeczną oraz tematyką pastoralną Kościoła. W ten sposób dbał o kontekstualny charakter inicjatywy formującej przyszłych dziennikarzy. Uczestnikami tych spotkań na przestrzeni lat 1993–2000 byli

⁶ O udziale biskupa Lepy w procesie formowania się Stowarzyszenia zob. M. Łętowski, *Ostatnia dekada PRL. Zapiski dziennikarza z lat 1982–1991*, Lublin 2016. 24 czerwca 1991 roku biskup Lepa poinformował o przedstawieniu Prymasowi idei utworzenia Stowarzyszenia Dziennikarzy Katolickich i powołaniu zespołu opracowującego odpowiednią dokumentację – w jego składzie znaleźli się wykładowcy studium: Łętowski i Klauza (s. 470); 20 lipca 1991 odbyło się zebranie zespołu inicjującego powołanie Katolickiego Stowarzyszenia Dziennikarzy z udziałem biskupa Lepy (s. 472); 23 sierpnia 1991 roku miało miejsce przyjęcie deklaracji ideowej i Statutu Stowarzyszenia (s. 476); 7 września 1991 podczas zebrania założycielskiego Katolickiego Stowarzyszenia Dziennikarzy z udziałem biskupa upoważniono wykładowców studium (Łętowskiego i Klauzę) do wystąpienia do sądu o rejestrację Stowarzyszenia (s. 478); 18 października 1991 roku Adam Lepa złożył deklarację o przedłożeniu Konferencji Plenarnej Episkopatu informacji o powołaniu Stowarzyszenia (s. 481); 20 listopada 1991 roku Sąd Wojewódzki w Warszawie zarejestrował Stowarzyszenie, nie zgłaszając uwag do statutu (s. 487); 3 grudnia 1991 roku biskup Lepa spotkał się z członkami Zarządu, aby ustalić kwestię przygotowań do Walnego Zgromadzenia Stowarzyszenia (s. 488); 20 grudnia 1991 roku odbyło się Walne Zgromadzenie Członków Założycieli Stowarzyszenia, zgodne z ustaleniami z Adama Lepy, podczas którego został ukonstytuowany Zarząd (Łętowski jako prezes, Klauza jako wiceprezes, pełny skład Zarządu zob. s. 489).

⁷ Na przykład w przypadku dogodnego czasu na edycję publikacji: Giorgio Paolucci, Camille Eid, *Islam. Sto pytań. Odpowiada Samir Khalil Samir*, Warszawa 2000.

m.in.: ksiądz Ireneusz Skubiś, dr Łętowski, dr Klauza. Obecni mieli okazję do zapoznania się z literaturą medioznawczą, w dużej mierze obcojęzyczną, poświęconą zagadnieniom pedagogii mediów i kwestii związanych z budowaniem społeczeństwa informacyjnego, zwłaszcza kategorii logosfery.

Biskup Lepa ustosunkowywał się do idei podjętej przez ojca Dyczewskiego, wyrażonej w piśmie dyrektora studium do rektora KUL z 4 marca 2007 roku w sprawie rozwoju kierunku w ramach Wydziału Nauk Społecznych KUL⁸. Ostatecznie projekt przybrał właśnie taką formę. Ogłoszono nabór na studia I stopnia w powołanym do życia w 2008 roku Instytucie Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej. W wyniku zmian w kształceniu specjalistów od komunikowania społecznego, w tym także nowych mediów, zarówno ojciec Dyczewski (nawet po przejściu na emeryturę), jak i biskup Lepa pozostawali w kontakcie z pracownikami i studentami nowego kierunku. Położony przez nich fundament doktrynalny stał się podstawą specyfiki dalszego rozwoju tej inicjatywy zarówno w dydaktyce, jak i badaniach naukowych⁹.

Model dziennikarskiego kształcenia na KUL-u – wspólne wymiary

Ożywione zainteresowanie problematyką komunikacji społecznej i medialnej środowiska akademickiego KUL, skupionego wokół osoby profesora Dyczewskiego przypadające na koniec lat 90. XX wieku, doprowadziły do powstania dwóch inicjatyw kształcenia medialnego na KUL-u – pierwszej, związanej ze wspomnianą już aktywną działalnością Podyplomowego

⁸ Wykaz profesorów prowadzących zajęcia na studium (Dyczewski, Braun-Gałkowska, Gałkowski, Jurga, Kampka, Rusecki, Ordon) oraz jedenastu doktorów (m.in. Lepa) zob. Archiwum KUL, zasoby Podyplomowego Studium Komunikacji Społecznej i Dziennikarstwa, Propozycja rozwoju Studium Komunikowania Społecznego i Dziennikarstwa na WNS, Programy zajęć na rok akademicki 1997/98.

⁹ Dokumentacja działalności zob. m.in. *Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej*, w: *Encyklopedia 100-lecia KUL*, t. 1, Lublin 2018, s. 334–336.

Studium Komunikacji Społecznej i Dziennikarstwa, i drugiej – długotrwałego procesu na Wydziale Nauk Społecznych¹⁰. Instytut Dziennikarstwa i Zarządzania od 2008 roku realizuje swą działalność zarówno w kierunkach wskazanych przez ojca Dyczewskiego, jak i zupełnie nowych. Fundamentem funkcjonowania są głębokie zakorzenienie w myśli humanistycznej, pamięć o przeszłości i otwarcie na przyszłość¹¹.

Analizując dorobek naukowy i zaangażowanie na polu polimorficznej rzeczywistości medialnej biskupa Lepy oraz ojca Dyczewskiego, można wskazać co najmniej kilka komplementarnie uzupełniających się obszarów, dotyczących m.in.: profilu kształcenia dziennikarskiego, konieczności doskonalenia i kompetencji medialnych, humanistycznego rozumienia komunikacji.

1. Misja i cel kształcenia dziennikarzy i ludzi mediów

Instytut Dziennikarstwa i Zarządzania KUL (IDiZ) wyraźnie powiązany jest z misją „prowadzenia badań naukowych w duchu harmonii między nauką i wiarą, kształcenie i wychowanie inteligencji katolickiej oraz współtworzenie chrześcijańskiej kultury” i nauczaniem patrona Jana Pawła II, głoszącego,

¹⁰ W tej drugiej procesualnej ścieżce zostały wypracowane założenia naukowo-badawcze i formuły programu kształcenia uwzględniające specjalności zawodowe w zakresie: prasy, radia, telewizji reklamy, analizy treści i edytorstwa. W następnych latach w Katedrze Socjologii Kultury Instytutu Socjologii KUL opracowano autorski program kształcenia dla specjalności komunikowanie społeczne i dziennikarstwo w ramach programu studiów socjologicznych. Specjalność ruszyła 1 października 2003 roku i od początku istnienia cieszyła się zainteresowaniem i ogromną popularnością wśród studentów. Zajęcia dydaktyczne oraz projekty badawcze realizowane przez pracowników Katedry z dziedziny kultury medialnej (Dyczewski, Jacek Dąbala, Anna Sugier-Szerega, Dariusz Wadowski), socjologii komunikowania (Robert Szwed, Justyna Szulich-Kałuża), funkcjonowania mediów w społeczeństwie (Stanisław Jędrzejewski, Małgorzata Żurakowska), *public relations*, reklamy, opinii publicznej (Aneta Duda, Szwed), analizy przekazów medialnych (Duda, Szwed, Szulich-Kałuża) stały się ważnym etapem w przygotowaniu wyspecjalizowanej kadry dydaktycznej dla studiów dziennikarskich w Instytucie Dziennikarstwa i Zarządzania (wcześniej Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej).

¹¹ J. Szulich-Kałuża, O. Białek-Szwed, *Wstęp*, w: *Jakie media. Konteksty, badania, postulaty*, red. J. Szulich-Kałuża, O. Białek-Szwed, Lublin 2019, s. 14.

że Kościół stoi na straży i intensywnie przypomina pracownikom mediów, aby u podstaw ich życia duchowego były: miłość, sprawiedliwość, prawda i wolność¹². Założenia misyjne KUL-u czynią z IDiZ szczególną wspólnotę profesorów i studentów (*universitas magistrorum et scholarium*), nakierowaną na poszukiwanie prawdy i odkrywanie jej we wszelkich dziedzinach wiedzy. Studentom kierunków są przekazywane umiejętności w posługiwaniu się środkami technicznymi dla komunikowania idei, wzorców postaw, działań, faktów i wydarzeń przy jednoczesnym poszanowaniu systemów wartości, co współgra z misją Uniwersytetu i wrażliwością na nauczanie Kościoła, otwartość na prawdę (formacja intelektualna) i piękno (formacja estetyczna). W procesie dydaktycznym jest akcentowana troska o przekazanie studiującej młodzieży wartości polskiej kultury, wychowanie jej w duchu miłości Ojczyzny oraz przygotowanie do podjęcia przez nią zadań obywatelskich¹³. Kiedy biskup Lepa i ojciec Dyczewski charakteryzowali wizję kształcenia przyszłych pracowników mediów, przyświecała im wspólna troska, aby profil kształcenia zamykał się nie tyle specjalistach w zakresie wąsko rozumianych mediów wyznaniowych, ile kadrach ludzi mediów świeckich uformowanych w duchu humanistycznych wartości i personalizmu, wrażliwych na wymogi etyki mediów¹⁴.

2. Dbałość o doskonalenie kompetencji medialnych

Biskup Lepa uważał, że użytkowanie mediów jest ważnym problemem wychowawczym, wywierają one bowiem znaczny wpływ na człowieka i jego postawy. Zdecydowanie wskazywał na konieczność właściwej pedagogii mediów i to przede wszystkim pedagogika stała się podstawą w przygotowaniu dzieci, młodzieży i dorosłych do odbioru mediów oraz twórczego udziału

¹² Jan Paweł II, *Kształtowanie opinii publicznej*, „L'Osservatore Romano” 1986, nr 1, s. 28.

¹³ K. Klauza, M. Gondek, *Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej – historia i współczesność*, w: *Jakie media. Konteksty, badania, postulaty*, dz. cyt., s. 21.

¹⁴ K. Klauza, *Pedagogia mediów w biskupiej postudze Adama Lepy*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 2023, nr 2, s. 70.

w kulturze masowej. Sformułował postulat takiego korzystania z mediów, aby ich użytkownik mógł doskonalić swoją osobowość¹⁵ i wskazał na dwie postawy wobec mediów: odporność (krytycyzm wobec mediów i ich rzeczowa ocena) oraz aktywność (energicznych działań i reakcji wobec mediów), które najbardziej sprzyjają wypracowaniu przez jednostkę optymalnych warunków dla prawidłowego odbioru mediów¹⁶. Podobnie Leon Dyczewski kompetencje medialne odnosił do mediów i komunikacji społecznej nie tylko w znaczeniu instrumentalno-technologicznym, lecz także poznawczo-humanistycznym¹⁷. W jego ujęciu kompetencje medialne to indywidualne umiejętności jednostki ułatwiające nawiązywanie i podtrzymywanie kontaktu przez media. Decydują one zarówno o tym, w jakim stopniu potrafimy z nich korzystać dla realizacji stawianych przed nami zadań, jak i treści oraz formie komunikacji między partnerami za pośrednictwem mediów. Dyczewski uznaje, że jest to nieodzowny warunek osobistego rozwoju¹⁸.

3. Dbłość o humanistyczny charakter komunikacji i dyskursu medialnego

Troska o podmiotowe traktowanie człowieka w procesach komunikacji oraz wartościowe treści medialne były przedmiotem wielu opracowań merytoryczno-problemowych Dyczewskiego i jego najbliższych współpracowników. Człowiek może być traktowany w procesie komunikacji instrumentalnie jako przedmiot i obiekt do modelowania lub podmiotowo jako wartość. Gdy człowiek jest wartością, staje się podmiotem przekazu, a za tym idzie dbłość o zawartość treściową i sposób komunikacji. W kulturze społeczeństw współczesnych osobowe formy komunikowania przeżywają wyraźny kryzys

¹⁵ A. Lepa, *Funkcja logosfery w wychowaniu do mediów*, Łódź 2006, s. 13.

¹⁶ Tenże, *Media w świecie słowa*, Częstochowa 2011, s. 34.

¹⁷ J. Szulich-Kałuża, *Kompetencje w odczytywaniu przekazów medialnych*, w: *Konieczność i różnorodność kompetencji medialnej*, red. A. Sugier-Szerega, M. Sławek-Czochra, Lublin 2012, s. 28.

¹⁸ L. Dyczewski, *Konieczność kompetencji medialnych w nowoczesności*, w: *Konieczność i różnorodność kompetencji medialnej*, dz. cyt., s. 16–17.

ze względu na: rozbicie więzi społecznych, formalizację i instrumentalizację wymogów ról, rozbicie wielu wspólnot i wspólnotowości w organizacji życia społecznego, indywidualizację stylu życia, wielokulturowość o zróżnicowanych systemach wartości i historycznych odniesieniach¹⁹. Pogłębiona, zorientowana personalistycznie komunikacja jest obecnie ogromną potrzebą zagubionego i osamotnionego człowieka, który chce zrozumieć i chce być rozumiany nie tylko w swych potrzebach o charakterze socjalnym i materialnym, politycznym i obywatelskim, ale także w wymiarze mentalnym i duchowym, wspólnotowym i osobowym. Idea wartościowej komunikacji przyświeca na KUL-u, gdzie postulowany jest programowo założony nurt humanistycznego paradygmatu prowadzenia badań dyscyplinie nauk o komunikacji społecznej i mediach. W podobnym tonie sytuują się refleksje biskupa Adama Lepy na temat komunikacji. Dziennikarze są według niego nie tylko mechanicznymi przekazicielami wiadomości, ale osobowo pośredniczą między informacjami i odbiorcami. Nieograniczony zasięg działania ludzi mediów, jak podkreśla Lepa, sprawia, że środki społecznego przekazu mogą stać się sprzymierzeńcami człowieka. Mogą służyć dobru i rozwojowi przez coraz bliższe poznanie innych kultur, przez dzielenie się osiągnięciami czy wymianę informacji²⁰. Liczy się jakość przekazywanych wiadomości, w których człowiek jest najważniejszy. To również zadanie ludzi odpowiedzialnych za funkcjonowanie mediów – powinni przypominać, że na pierwszym miejscu jest zawsze szacunek dla godności człowieka, prawda i dobro²¹.

¹⁹ Por. L. Dyczewski, *Czy media elektroniczne zagrażają więzi rodzinnej*, w: *Filozofia pochylona nad człowiekiem*, red. E. Balawajder, A. Jabłoński, J. Szymczyk, Lublin 2004, s. 243–262, tenże, *Więź rodzinna a media elektroniczne*, „Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny” 2005, nr 1, s. 225–242.

²⁰ A. Lepa, *Mass media i tożsamość Polaków*, Zeszyty „Niedzieli”, Częstochowa 1996, s. 66; tenże *Media masowe w nauczaniu Kościoła w Polsce*, „Wiadomości Diecezjalne Łódzkie” 1992, nr 2, s. 42–48.

²¹ A. Lepa, *O mediach masowych – inaczej*, „Wiadomości Archidiecezji Łódzkiej” 1993, nr 5, s. 157–160.

Biogramy

Prof. dr hab. Karol Klauza – doktorat w 1981 r. na Wydziale Teologii KUL, pracownik naukowy Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego Jana Pawła II. Prowadzi badania nad semantyką i retoryką dziennikarską, nowymi technologiami komunikacji, ikonologią dogmatyczną. Był kierownikiem Katedry Semantyki i Retoryki Dziennikarskiej na Wydziale Nauk Społecznych, a także założycielem i kierownikiem Katedry Teologii Ikony na Wydziale Teologii. Wykłada na kierunku edukacja medialna Wydziału Teologii KUL. Współpracował z biskupem Adamem Lepą na Podyplomowym Studium Komunikowania Społecznego i Dziennikarstwa na Wydziale Nauk Społecznych KUL założonym przez ojca profesora Leona Dyczewskiego OFMConv. oraz na Podyplomowym Studium Retoryki Uniwersytetu Jagiellońskiego. W latach 2008–2016 pełnił funkcję Dyrektora Instytutu Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej na Wydziale Nauk Społecznych KUL. Po przejściu na emeryturę współpracuje z Kolbianum, z prasą katolicką i katolickimi rozgłośniami radiowymi.

Dr hab. Justyna Szulich-Kałuża, prof. KUL – socjolog mediów i komunikacji społecznej, dyrektor Instytutu Dziennikarstwa i Zarządzania KUL, kierownik Katedry Komunikacji Wizualnej i Nowych Mediów. Zainteresowania naukowo-badawcze dotyczą obszarów: komunikacja wizualna, narracje wizualne, komunikacja religijna, mediatyzacja życia społecznego, rodzinnego, paradygmaty badania mediów, multimodalna analiza dyskursu.

Streszczenie

Publikacja stanowi analizę wkładu biskupa Adama Lepy w rozwój studiów dziennikarskich na Katolickim Uniwersytecie Lubelskim Jana Pawła II. W tekście zaprezentowano kilka komplementarnie uzupełniających się obszarów badawczych biskupa Lepy i ojca Dyczewskiego, dotyczących m.in.: profilu kształcenia dziennikarskiego, konieczności doskonalenia i kompetencji medialnych, humanistycznego rozumienia komunikacji.

Słowa kluczowe: Adam Lepa, dziennikarstwo, Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II, Leon Dyczewski

Summary

The publication is an analysis of the contribution of Bishop Adam Lepa to the development of journalism studies at the John Paul II Catholic University of Lublin. The text presents several complementary research areas of Bishop Lepa and Father Dyczewski, concerning, among others, the profile of journalistic education, the need to improve and develop media competences, and the humanistic understanding of communication.

Keywords: Adam Lepa, journalism, John Paul II Catholic University of Lublin, Leon Dyczewski

Bibliografia

- Archiwum KUL, zasoby Podyplomowego Studium Komunikacji Społecznej i Dziennikarstwa, Propozycja rozwoju Studium Komunikowania Społecznego i Dziennikarstwa na WNS, Programy zajęć na rok akademicki 1997/98 [jednostki bez sygnatury, bez tytułu, brak paginacji].
- Dyczewski L., *Czy media elektroniczne zagrażają więzi rodzinnej*, w: *Filozofia pochylona nad człowiekiem*, red. E. Balawajder, A. Jabłoński, J. Szymczyk, Lublin 2004, s. 243–262.
- Dyczewski L., *Więź rodzinna a media elektroniczne*, „Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny” 2005, nr 1, s. 225–242.
- Dyczewski K., *Konieczność kompetencji medialnych w nowoczesności*, w: *Konieczność i różnorodność kompetencji medialnej*, red. A. Sugier-Szerega, M. Sławek-Czochra, Lublin 2012, s. 9–20.
- Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej*, w: *Encyklopedia 100-lecia KUL*, t. 1, Lublin 2018, s. 334–336.
- Klauza K., *Pedagogia mediów w biskupiej posłudze Adama Lepy. Commemoratio testis*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 32 (2023), nr 2, s. 65–77.
- Jan Paweł II, *Kształtowanie opinii publicznej*, „L’Osservatore Romano” 1986, nr 1, s. 28.
- Klauza K., Gondek M., *Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej – historia i współczesność*, w: *Jakie media. Konteksty, badania, postulaty*, red. J. Szulich-Kałuza, O. Białek-Szwed, Lublin 2019, s.19–22.
- Lepa A., *Funkcja logosfery w wychowaniu do mediów*, Łódź 2006.
- Lepa A., *Media w świecie słowa*, Częstochowa 2011.
- Lepa A., *O mediach masowych – inaczej*, „Wiadomości Archidiecezji Łódzkiej” 1993, nr 5, s. 157–160.
- Lepa A., *Świat manipulacji*, Biblioteka „Niedzieli”, Częstochowa 1995.
- Lepa A., *Świat propagandy*, Biblioteka „Niedzieli”, Częstochowa 1994.
- Lepa A., *Mass media i tożsamość Polaków*, Zeszyty „Niedzieli”, Częstochowa 1996.
- Łętowski M., *Ostatnia dekada PRL. Zapiski dziennikarza z lat 1982–1991*, Lublin 2016.
- Paolucci G., Eid C., *Islam. Sto pytań. Odpowiada Samir Khalil Samir*, Warszawa 2000.
- Szulich-Kałuza J., *Kompetencje w odczytywaniu przekazów medialnych*, w: *Konieczność i różnorodność kompetencji medialnej*, red. A. Sugier-Szerega, M. Sławek-Czochra, Lublin 2012, s. 27–42.
- Szulich-Kałuza J., Białek-Szwed O., *Wstęp*, w: *Jakie media. Konteksty, badania, postulaty*, red. J. Szulich-Kałuza, O. Białek-Szwed, Lublin 2019, s. 7–15.

Wkład biskupa Adama Lepy w kształtowanie kultury audiowizualnej

Interesującym tematem w twórczości biskupa Adama Lepy jest analiza relacji, jaka zachodzi między człowiekiem twórcą i odbiorcą informacji oraz światem mediów, który te komunikaty udostępnia, przekierowuje, przekształca. Sam autor wiele uwagi w swoich książkach oraz artykułach naukowych i publicystycznych poświęcił na wprowadzanie kontekstów związanych z kształtowaniem kultury odbioru komunikatów płynących z mediów. W swoich czasach był pionierem tego zagadnienia w Polsce.

Perspektywa badawcza

W twórczości biskupa Lepy zainteresował mnie nie tyle sam temat audiowizualności, ale bardziej antropologiczny i kulturowy kontekst jego wypowiedzi o świecie mediów. Nie jest bez znaczenia, że Autor był katolikiem, który patrzył na rzeczywistość przez pryzmat antropologii chrześcijańskiej. Z tego powodu uważam, że wprowadza do refleksji na temat mediów i komunikacji zupełnie unikalny charakter uprawnionej analizy rzeczywistości medialnej. Nie interesuje go bowiem sama informacja, ale sposób, w jaki wpływa ona

na rozwój człowieka. Wszystkie analizy, które Autor prowadził, kierowały go ku odpowiedzi na pytanie, jak bardziej stawać się człowiekiem, będąc zanurzonym w mediosferze – naturalnej sferze zbudowanej z komunikatów udostępnianych poprzez technologie medialne. Najciekawsze teksty w kontekście interesującego mnie tematu pochodzą z końca lat 90. XX wieku i pierwszej dekady XXI wieku. Są wśród nich takie tytuły jak: *Etyczne i wychowawcze aspekty opinii publicznej*, *Etyka ciszy w edukacji medialnej*, *Etyka galenosfery*, *Etyka mediosfery*, *Informacja w kształtowaniu postaw człowieka a społeczeństwo komunikacji czy Logosfera* oraz *Manipulowanie człowiekiem jako problem współczesnej pedagogii*. Widać więc, że etyka jest narzędziem w metodologii¹ badań społecznych i teologicznych, które przeplatają się w twórczości biskupa Lepy. Dominującą metodą dla niniejszego artykułu będzie analityczno-syntetyczna oraz metoda porównawcza, przy założeniu, że perspektywą analizy jest właściwa dla chrześcijaństwa koncepcja antropologiczno-etyczna.

Mass media jako przestrzeń działania człowieka, jak każdy inny obszar, może podlegać ocenie moralnej² i wartościowaniu. To, co powinien na wstępie zrobić badacz, to uczciwie zakomunikować, z jakiej perspektywy owo wartościowanie będzie się odbywało. Tak też czynił biskup Lepa, którego perspektywa miała swoje źródła w antropologii i pedagogice chrześcijańskiej. Porządkowanie opisu rzeczywistości, którego dokonywał, a które staram się odtworzyć, dokonuje się na gruncie chrześcijaństwa. Poprzez niniejszy tekst chciałabym postawić hipotezę, że biskup Adam Lepa dzięki swojej chrześcijańskiej wrażliwości dokonał jakościowo olbrzymiego wkładu dla społecznie funkcjonującego (w Polsce przede wszystkim) kształtu kultury audiowizualnej.

Perspektywa badawcza, którą proponuję, to czytanie tekstów biskupa Lepy równoległe do tekstów teoretyków mediów, piszących w podobnym co Lepa okresie, a odnoszących się do społeczeństwa informacyjnego. Uważam,

¹ D. Silverman, *Interpretacja danych jakościowych. Metody analizy rozmowy, tekstu i interakcji*, Warszawa 2007; R. Sojak, D. Wincenty, *Zagubiona rzeczywistość: o społecznym konstruowaniu niewiedzy*, Warszawa 2005.

² K. Kwarcinińska, „Tylko” etyka czy „aż” etyka? *Etyka jako narzędzie w metodologii badań społecznych*, „Uniwersyteckie Czasopismo Socjologiczne” 2009, nr 3, s. 127–139.

że zainteresowanie ze strony biskupa Lepy sprawami etycznymi massmediów i wychowaniem do odpowiedzialnego odbioru mediów uzupełnia trend, który w tamtym czasie powstawał. Nie można więc dzisiaj definiować społeczeństwa informacyjnego bez uzupełnień, które nasz Autor wskazał.

Streszczenie nauczania biskupa Lepy na jednej karcie byłoby oczywiście bardzo trudne, jednak tym, co uderza w analizie jego wypowiedzi, jest wielka troska o człowieka, dla którego świat informacji to naturalna przestrzeń funkcjonowania. Fundamentalne w myśleniu biskupa Lepy o człowieku jest przyjęcie integralnej wizji osoby, dla której także interakcja ze światem mediów jest jednym z wielu równie ważnych obszarów. Należy zatem włączyć świat mediów w dyskurs zagadnień i spraw, które kształtują człowieka i jego lepsze jutro. Lepa wypełnia więc lukę, w której wielu medioznawców czy teoretyków nowych mediów nie zajęło się znaczeniem refleksji etycznej w kształtowaniu środowiska życia człowieka, w tym kultury medialnej. Biskup Lepa przeciwnie – wprowadza ten namysł etyczny, ponieważ traktuje informację jako przestrzeń ludzkiego działania, a więc kształtującej się kultury³.

Narodziny społeczeństwa informacyjnego

Idee biskupa Lepy są ważne nie tylko dlatego, że podejmują zagadnienia związane z rozwojem człowieka, ale także dlatego, że wskazują na znaczące braki, które posiadamy jako społeczeństwo, określane dzisiaj informacyjnym. Porównuję tu wypowiedzi biskupa Lepy z tekstami powstałymi na przełomie XX i XXI wieku na temat zmian społecznych związanych z rozwojem nowych technologii. Badacze ci wskazują na dominantę informacji jako kluczowego surowca naszych czasów. Zgodnie z teoriami rozwoju społecznego przeszliśmy od społeczeństwa produkcyjnego do informacyjnego. Przez ostatnie

³ Posługuję się definicją kultury w rozumieniu proponowanym przez Karola Wojtyłę – Jana Pawła II. Jest to sfera życia, która „obiektywizuje” człowieka, tj. przez swój charakter społeczny wyprowadza człowieka z subiektywnego oglądu rzeczywistości i proponuje mu szersze, bliższe obiektywności rozpoznanie rzeczywistości. Zob. D. Żukowska-Gardzińska, *Obiektywizacja osoby w kulturze*, w: *Między religioznawstwem a teologią*, t. 3, red. W. Cisło, J. Różański, Pelplin 2024, s. 9–20.

ponad 200 lat zmieniały nasze życie przełomowe wynalazki, jak chociażby: maszyna parowa, żarówka i w końcu komputer. Uważane były za tzw. kroki milowe rewolucji przemysłowych, przez co i społeczeństwa korzystające z dobrodziejstw technologii przemysłowych się rozwijały. Badacze, tacy jak Marschal McLuhan⁴, Alvin Tofler⁵, Lev Manowich⁶, pokazali, jak zmiany technologiczne wpływają na proces rozwoju społeczeństwa nie tylko pod względem osiągania dobrobytu, ale także zmian w mentalności, hierarchii wartości, tego, jak sposób życia i zakres korzystania z technologii zmienia również psychiczne i duchowe życie człowieka. Od połowy XX wieku mówiło się o tym, że społeczeństwo industrialne (przemysłowe) zmienia się w postindustrialne, a to z kolei w społeczeństwo wiedzy. Zauważono zatem fakt, z którym dzisiaj nie można już dyskutować, mianowicie, że informacja stała się produktem bardzo silnie wpływającym na rozwój społeczeństwa. Nowoczesna gospodarka nie opiera się dzisiaj na produkcji, ale usługach związanych z komunikacją, informacją i wymianą wiedzy. Przetwarzanie informacji jest wartością najbardziej pożądaną. Czwarta rewolucja⁷ przemysłowa charakteryzuje się szybkością tworzenia nowej wiedzy i jeszcze szybszymi sposobami przetwarzania informacji. Ma to wpływ na transformację systemów technologicznych, ekonomicznych, kulturowych i społecznych. Nowy układ zmienia zatem potrzeby rynku w zakresie kompetencji ludzi, coraz częściej przenosząc je na maszyny. Siłą zaś, która napędza zmiany, są: sztuczna inteligencja, Internet rzeczy, robotyzacja, autonomiczne pojazdy, druk 3D⁸.

Nie mniej znany i ceniony myśliciel lat 70. i 80., Jean Baudrillard, wykazywał zainteresowanie światem mediów i kultury wizualnej, tyle że interpretował ten rozwój jako efekt negatywnie ocenianego przez niego konsumpcjonizmu. Był krytykiem globalizacji i rozwijającej się komunikacji, gubiącej jego zdaniem sens, dla którego powstała. Uważał, że nie należy wspierać tendencji rozwojowych wypływających z globalizacji⁹.

⁴ M. McLuhan, *Wybór pism*, Poznań 2001.

⁵ A. Tofler, *Trzecia fala*, Warszawa 2001.

⁶ L. Manowich, *Język nowych mediów*, Warszawa 2006.

⁷ K. Schwab, *Czwarta rewolucja przemysłowa*, Warszawa 2018.

⁸ Tamże, s. 14.

⁹ J. Baudrillard, *W cieniu milczącej większości*, Warszawa 2012.

Chciałabym zatem na tle myślicieli i teoretyków nowych mediów oraz obserwatorów zmian w komunikacji wskazać na znaczenie diagnoz wyłożonych przez biskupa Lepę – nie tylko w tamtym czasie, ale wciąż aktualne, niejako rozwijające niektóre z aspektów, jakie niesie w sobie rozwój komunikacji w latach aktywności pisarskiej autora, ponieważ nie zostały one w wystarczającej mierze dostrzeżone, a sam biskup nie miał możliwości promować swojej myśli na taką skalę, jak to się stało z teoriami McLuhana czy Baudrillarda. Współczesna sytuacja komunikacyjno-medialna wciąż zadowalająco nie odpowiedziała na pytanie, jak łączyć rozwój społeczeństwa z rozwojem osoby. W tym aspekcie wiele do zaoferowania w kształtowanie kultury wizualnej ma propozycja biskupa Lepy. Analizie poddam m.in.: pojęcie gelanosfery, wychowawcze aspekty opinii publicznej, mediosferę jako jedno ze środowisk kształtujących człowieka.

Opinia publiczna

Biskup Lepa jako dobry obserwator życia publicznego dostrzegł rolę etycznego kształtowania opinii publicznej. Uważał, że społeczeństwo musi być wychowywane, ponieważ w konsekwencji służy to możliwości rozpoznania, co jest dla niego ważne, co mieści się w kategorii dobra wspólnego¹⁰. Jeżeli założymy więc, że media wpływają na indywidualne i zbiorowe wyobrażenie o rzeczywistości, etycznym jest zatem zadbać, aby zarówno tworzący media, opinia publiczna, jak i odbiorca stworzyli kryteria oceny tego, co ważne i nieważne. Lepa zakładał bowiem jako przedstawiciel antropologii chrześcijańskiej, że odbiorcy komunikatów zależy na informacjach, które służą temu, aby pełniej poznawał rzeczywistość. Odbiorca musi pozostać w „ładzie informacyjnym”¹¹.

Aby być bliższym zrozumienia rzeczywistości, stan ten nazywał ładem, tylko wtedy jest bowiem możliwy rozwój człowieczeństwa w osobie.

¹⁰ A. Lepa, *Etyczne i wychowawcze aspekty opinii publicznej*, „Annales. Etyka w Życiu Gospodarczym” 12 (2009), nr 2, s. 111.

¹¹ Zob. tenże, *Ład medialny a społeczeństwo informacji*, w: *Kultura. Media. Społeczeństwo*, red. D. Wadowski, Lublin 2007, s. 275–290.

W swoich tekstach Lepa określił kryteria, poprzez które opinia publiczna powinna być kształtowana. Są nimi wiedza oraz umiejętność analizy i oceny sytuacji na tyle, aby rozemnać, co jest ważne lub gdzie jest manipulacja, która oddala od rzeczywistości. Biskup Lepa nazywa to posiadaniem przez opinię publiczną odpowiedniego poziomu kultury¹². Drugim warunkiem jest wiedza polegająca na posiadaniu minimum informacji, dzięki którym podejmuje się decyzję o rozpowszechnianiu informacji. Ostatnim z warunków jest zaś wykształcenie w społeczeństwie liderów mających świadomość faktów ważnych dla społeczeństwa. Warunki zaproponowane przez biskupa zakładają idealną sytuację, w której nie ma mowy o manipulacji, liderzy działają na rzecz dobra wspólnego, a społeczeństwo świadomie buduje swoją wiedzę o świecie, krytycznie ją ocenia i porównuje w różnych źródłach to, co słyszy i widzi¹³.

Chodzi zatem o kształcenie liderów opinii, którzy będą odczytywać z masy spływających informacji te ważne dla człowieczeństwa czy osoby fakty zgodne z rzeczywistością, nie zaś plotki, oceny i opinie służące interesom różnych grup. W tym obszarze biskup Lepa dostrzega, że kultura wizualna jako całość wywiera na odbiorcę ukryty wpływ¹⁴ – „hipnotyczne urzeczenie”¹⁵, czyli stan, w którym uczestnik kultury pozostaje, a który uniemożliwia mu samodzielną i krytyczną decyzję, co z potoku komunikatów przyjmuje dla siebie. Istnieje więc obawa, że całość relacji twórcy–odbiorcy, a więc wszyscy uczestnicy tej kultury, nie posługują się odniesieniem do pojęcia „odpowiedzialność”. Wkład w kulturę biskupa Lepy to zatem upominanie się o odpowiedzialne budowanie kultury medialnej. Odpowiedzialność wynika ze świadomości skutków, jakie mogą zostać wywołane, i oznacza w tym przypadku społeczną zgodę na to, że ludzie powinni mieć zdolność oceny wiarygodności źródeł informacji. Tego ma zasadniczo dotyczyć edukacja medialna. Ponieważ media mają tak ogromny wpływ na kształtowanie opinii publicznej i postaw społecznych,

¹² Tenże, *Etyczne i wychowawcze aspekty opinii publicznej*, dz. cyt.

¹³ Tamże.

¹⁴ Tenże, *Funkcja logosfery w wychowaniu do mediów*, Łódź 2006, s. 25–26; tenże, *Pedagogika mass mediów*, Łódź 1998, s. 140.

¹⁵ Tamże.

konieczne jest odpowiedzialne korzystanie z tego wpływu. Obszarem tego wpływu¹⁶ ma być rozwój społeczny i moralny.

Logosfera

Właśnie dlatego Lepa w obszar kultury wizualnej wprowadził pojęcie logosfery¹⁷, czyli przestrzeni, w której to słowo, a nie obraz ma kluczowe znaczenie dla etycznych podstaw komunikacji społecznej. Kluczowe, ponieważ tylko używanie słów w etycznym celu, prowadzi do pozytywnych skutków dla społeczeństwa. Przeciwnością logosfery – środowiska słowa używanego z etycznym ukierunkowaniem – jest społeczeństwo informacyjne, które skupia się na przekazywaniu danych, a nie wartości. Tu zatem zauważalny jest po raz kolejny wkład Lepy w tworzenie kultury przekazu. Podczas gdy teoretycy mediów analizowali skutki przekierowania zainteresowań społeczeństwa z usługi w informację, Lepa szedł dalej, domagając się, aby informacja nie pozostała w kontrze do wartości i jakości prezentowanych treści¹⁸. Ciekawym kierunkiem badawczym jest ukazanie, w jaki sposób chrześcijańska formacja Lepy wpłynęła na odczytywanie i interpretowanie przez niego nie tylko rzeczywistości, ale przede wszystkim na tłumaczenie zjawisk, które w niej się ujawniają. Chodzi o sposób odczytywania zmian zachodzących w świecie, szczególnie właśnie w wymiarze technologii medialnych. Biskup, bazując na swoim chrześcijańskim doświadczeniu słowa jako przekazu płynącego prosto od Boga, postuluje poprzez ideę zawartą w logosferze przekazywanie rzetelnych i wiarygodnych informacji, tym bardziej, że analiza rzeczywistości medialnej pokazuje, że wypowiedane słowo, „zwłaszcza z emocjonalnym podkładem, wykazuje moc sprawczą”¹⁹.

¹⁶ K. Klauza, *Pedagogika mediów w biskupiej postudze Adama Lepy Commemoratio testis*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 32 (2023), nr. 2, s. 61–77.

¹⁷ Lepa A., *Katecheta i świat obrazów*, „Katecheta” 1993, nr 4, s. 192–198; zob. także tenże, *Logosfera a ład medialny*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 2007, nr 16, 139–149.

¹⁸ Tenże, *Logosfera a etyka społeczeństwa komunikacji*, „Annales. Etyka w Życiu Gospodarczym” 11 (2008), nr 2, s. 133–144.

¹⁹ Archiwum Archidiecezjalne w Łodzi, Zesp. Spuścizna naukowa bpa A. Lepy, Sygn. SPNBAL 4/58, Profanacja słowa, s. nlb.

Słowo wypowiedziane ma – zgodnie z ewangelicznym przesłaniem – nieść pojednanie, obopólne zrozumienie, wzrastanie. Takie są oczekiwania biskupa Lepy wobec kultury współczesnej komunikacji oraz środowiska, które tworzy informacje, i tego, które je odbiera. Jeżeli zadanie słowa jest tak odpowiedzialne, musi kierować nim prymat wiarygodności, związania z prawdą²⁰.

W tym aspekcie w stosunku do współczesnych mu badaczy wyróżnia go zwrócenie uwagi na różnice między wiadomością przekazywaną przez osobę a informacją udostępnianą przez media. Teza Lepy jest taka, że ta podawana przez osobę budzi większą wiarygodność. Jej fundamentem jest przekonanie o tym, że bezpośrednie spotkanie dokonuje się w prawdzie i towarzyszą mu dobre, obopólne intencje²¹. Tworzenie kultury informacji wiąże się więc z przykładaniem wagi do tworzenia przestrzeni spotkania. To odmienna od pojęcia społeczeństwa informacyjnego interpretacja kierunku, w jakim mogłoby rozwijać się społeczeństwo. W kulturze w ujęciu Lepy wartością nie jest bezpodmiotowy produkt, ale podmiotowy człowiek. Informacja ma mieć charakter służebny, a nie tylko użyteczny. Zmiana paradygmatów powoduje, że opinia publiczna – zdaniem biskupa Lepy – staje się stroną pokrzywdzoną: „Wskazują na to takie zjawiska we współczesnych społeczeństwach jak: nowa mitologia, skażona informacja, spirala milczenia czy praktyka poprawności polityczne”²².

Galenosfera

Szczególną koncepcją w kształtowaniu kultury ma znaczenie ciszy rozumianej jako brak dźwięków, ale także stan wewnętrzznego wyciszenia. Środowisko ciszy jest dla Lepy integralną częścią środowiska komunikacyjnego. Galenosfera, bo tak nazwał tę koncepcję, pozwala skoncentrować się na poznaniu samego siebie, ale rozwija także zdolności słuchania i głębszego rozumienia siebie i innych²³.

²⁰ A. Lepa, *Logosfera a etyka społeczeństwa komunikacji*, dz. cyt.

²¹ Tenże, *Etyczne i wychowawcze aspekty opinii publicznej*, dz. cyt., s. 112.

²² Tamże, s. 109.

²³ Tenże, *Etyka ciszy w edukacji medialnej*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 2012, nr 21, s. 143–150.

Cisza jest traktowana tutaj jako wartość sama w sobie, ale co interesujące i wyjątkowe w tej obserwacji biskupa, promuje ona etyczne podstawy komunikacji. Wprowadzenie wartości ciszy jest kolejnym aspektem, poprzez który Lepa uzupełnia definicję społeczeństwa informacyjnego, dążąc do integralności i opisanie możliwie wszystkich jego składowych: „Konieczne jest tworzenie odpowiedniego środowiska, swoistego «ekosystemu», w którym panowałaby równowaga między milczeniem, słowem, obrazami i dźwiękami”²⁴. Cisza jest według Lepy tą wartością, która wspiera osiągnięcie ważnych dla człowieka etapów w jego rozwoju. Biskup zwraca uwagę m.in.: na pracę nad sobą, w tym duchową dojrzałość, doskonalenie języka przekazu, działalność wychowawczą²⁵. Równolegle jednak podkreśla pracę nad sumieniem²⁶ odbiorcy jako podstawowy postulat pracy z mediami. Prawe sumienie pozwala oddziaływać na media w taki sposób, aby móc wyeliminować ich negatywny wpływ na odbiorcę, a spotęgować pozytywny²⁷. Właściwy sposób korzystania z mediów to taki, który prowadzi do pełnego rozwoju człowieka²⁸.

Po raz kolejny otrzymujemy wyraźny dowód na to, jak ważne jest jego chrześcijańskie doświadczenie – w tym przypadku doświadczenie ciszy, ujawniające się w modlitwie i liturgii²⁹. Jak dalece zatem środowisko religijne, z którego wyrastał i które jako biskup Kościoła katolickiego reprezentował, pozwoliło mu analizować rzeczywistość w zupełnie innym kontekście niż teoretycy nowych mediów i twórcy definicji społeczeństwa informacyjnego? Jest to bezsprzeczny argument na to, w jak dużym stopniu chrześcijańska wrażliwość uzupełnia zakres treści składających się na kształt kultury audiowizualnej. W koncepcji Lepy centralnym punktem środowiska medialnego oraz kultury audiowizualnej jest człowiek. Należy więc z wielką

²⁴ Tamże, s. 150.

²⁵ Tenże, *Etyka galenosfery*, „Annales. Etyka w Życiu Gospodarczym” 11 (2008), nr 2, s. 195.

²⁶ Archiwum Archidiecezjalne w Łodzi, Zesp. Spuścizna naukowa bpa A. Lepy, Sygn. SPNBAL 4/57, Formacja medialna w seminarium duchownym. Dydaktyka czy pedagogizacja, s. nlb.

²⁷ Tamże.

²⁸ Tamże.

²⁹ Zob. W. Bartocha, *Galenosfera w liturgii*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 32 (2023), nr. 2, s. 11–24.

odpowiedzialnością tworzyć to środowisko, ponieważ wszystko, co w nim powstanie, będzie wpływało na osobę³⁰ i jej świat wartości.

W jakimś sensie Adam Lepa był więc architektem konstrukcji teoretycznej, jaką stało się pojęcie kultury audiowizualnej, a więc konkretnego środowiska, w którym bytuje człowiek. Możliwości jego rozwoju są w pełni uzależnione nie tylko od jego własnego wysiłku, ale także warunków, jakie stwarza dla niego jego własne środowisko kulturowe. W założeniu silnie tkwi przekonanie, że słowo jest formą twórczego działania: „Wykazuje moc sprawczą”³¹. „Dlatego też środowisko słowa zdolne jest do budowania wspólnoty, a za jej aktywnym pośrednictwem do osiągania przez jednostkę pełnego i harmonijnego rozwoju”³² – z tego powodu odbiór mediów musi odbywać się w sposób odpowiedzialny. Spotkanie człowieka ze światem mediów Lepa definiuje jako zderzenie z potęgą³³. Owa siła ujawnia się nie poprzez indywidualny wpływ pojedynczych mediów, takich jak: telewizja, Internet czy radio. Chodzi o wzrastanie człowieka w całym środowisku medialnym: „Mediosfera to coś więcej niż suma wpływów na człowieka każdego z mediów. [...] Groźne skutki nieprawidłowego odbioru mediów, takie jak: bezrefleksyjne akceptowanie reklam, bezmyślne poddawanie się propagowanym mitom czy wyszukany formom kamuflażu, a przede wszystkim uzależnienie od mediów”³⁴.

W granicach tak opisanej mediasfery Lepa zwraca uwagę, że nie mamy do czynienia z samym tylko słowem. Współcześnie raczej nawet bardziej wpływa na odbiorcę obraz³⁵. Stał się on idealnym tworzywem reklamy i przemysłu medialnego, jak pisał Lepa, ponieważ obraz ma charakter ponadkulturowy. Nie wymaga znajomości języków obcych, a w swoich

³⁰ A. Lepa, *Etyka mediasfery*, „Annales. Etyka w Życiu Gospodarczym” 13 (2009), nr 1, s. 54.

³¹ Archiwum Archidiecezjalne w Łodzi, Zesp. Spuścizna naukowa bpa A. Lepy, Sygn. SPNBAL 4/55, Człowiek w świecie reklamy, s. nlb.

³² A. Lepa, *Logosfera*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 4 (1994), s. 201.

³³ Tamże.

³⁴ Archiwum Archidiecezjalne w Łodzi, Zesp. Spuścizna naukowa bpa A. Lepy, Sygn. SPNBAL 4/57, Formacja medialna w seminarium duchownym. Dydaktyka czy pedagogizacja, s. nlb.; zob także A. Lepa, *Pedagogika mediasfery*, „Pedagogia Christiana” 30 (2012), nr 2, s. 215–224.

³⁵ Tenże, *Magia obrazu*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 6 (1997), s. 264.

warstwach symbolicznych na wielu poziomach dociera do odbiorców o różnej wrażliwości. Obraz może ułatwić proces wychowania i przekazywania treści, ale i go utrudnić, dlatego konieczne jest włączenie analizy pedagogicznej i psychologicznej w prowadzeniu badań nad obrazem³⁶.

McLuhan, klasyk teorii komunikacji, wprowadził w 1964 roku koncepcję mediów zimnych i gorących³⁷. Uważał on, że media z różną intensywnością wpływają na nasze zmysły, co z kolei przekłada się na kształt postrzegania świata, a więc konstrukcję kultury i społeczeństwa. Gorące media, jak radio czy film, dostarczają tak dużo informacji, że zaangażowanie odbiorcy, aby odebrać komunikat i go przyswoić, jest bardzo niewielkie. Odwrotnie rzecz ma się z telewizją i telefonem jako mediami, które dostarczają mniejszą liczbę informacji, a więc więcej wymagają od odbiorcy. Jego koncepcja pomogła zrozumieć, jak różne media kształtują nasze doświadczenia i interakcje społeczne, a więc jak w różny sposób wpływają na kulturę. Teoria ta poszerzyła refleksję na temat związków między informacją a pasywnością lub aktywnością odbiorcy. Zagadnienia, którymi zajmował się Lepa, uzupełniają perspektywę McLuhana o kwestie pedagogiki i etyki, tzn. o refleksję z tego obszaru nauk, których troską jest dążenie do uzyskania jak najpełniejszego z możliwych rozwoju osoby. Cała pedagogika kultury³⁸ czy też medioznawstwa personalistycznego³⁹ sięga do założenia, że sam człowiek posiada zdolność samowychowania⁴⁰ i samoposiadania. Aby mógł się rozwijać i realizować, musi uwzględniać szanse, ale i ograniczenia lub wyzwania, jakie daje mu jego własne środowisko. Z tego właśnie powodu Lepa zwracał uwagę, że informacja, która otacza zewsząd współczesnego człowieka, formuje się w postaci mediosfery, gdzie różne media

³⁶ Archiwum Archidiecezjalne w Łodzi, Zesp. Spuścizna naukowa bpa A. Lepy, Sygn. SPNBAL 4/30, Ład medialny w zorganizowanej infosferze. Znaczenie i perspektywa rozwoju, b.d.

³⁷ M. McLuhan, dz. cyt.; zob. tenże, *Zrozumieć media. Przedłużenia człowieka*, Warszawa 2004.

³⁸ J. Gajda, *Pedagogika kultury w zarysie*, Kraków 2016.

³⁹ Przedstawicielem tego nurtu był m.in. ks. prof. Michał Drożdż (UPJP2), który proponował personalistyczną perspektywę badania mediów, tj. z pozytywnym nastawieniem na metafizykę osoby, z jej uwzględnieniem w procesie poznania i relacji człowiek i świat mediów. Zob. *Medioznawstwo personalistyczne. Wybrane zagadnienia z filozofii i teologii mediów*, t. 1, red. J. Jęczeń, P. Guzdek, Lublin 2018.

⁴⁰ K. Wojtyła, *Osoba i czyn oraz inne studia antropologiczne*, Lublin 2000, s. 152–153.

oraz relacje między ludźmi a mediami kształtują środowisko kulturowe. Porządek aksjologiczny, o który postuluje Lepa, zapobiega postawom medialnej dominacji oraz automanipulacji poprzez media⁴¹.

Zakończenie

Powyższa analiza ukazuje, że twórczość biskupa Adama Lepy znajduje ważne miejsce w kształtowaniu kultury audiowizualnej. Idee Lepy są istotne nie tylko dlatego, że podejmują zagadnienia związane z rozwojem człowieka, ale także dlatego, że wskazują na znaczące braki, które posiadamy jako społeczeństwo określane dzisiaj informacyjnym. Zgodnie z teoriami rozwoju społecznego przeszliśmy od społeczeństwa produkcyjnego do informacyjnego. Biskup Lepa uzupełnia te refleksje o konieczność namysłu nad etycznym kształtem środowiska życia człowieka, w tym kultury medialnej.

Biogram

Dr hab. Dominika Żukowska-Gardzińska, prof. ucz. – teolog kultury, wykładowca akademicki Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie. Zajmuje się dziedzictwem intelektualnym Karola Wojtyły – Jana Pawła II. Interesują ją skutki przemian religijno-kulturowych, które uobecniają się poprzez nowe idee. Obszary badawcze to: teologia kultury, personalizm chrześcijański, antropologia chrześcijańska, dialog. Jest ekspertem Muzeum Jana Pawła II i Prymasa Wyszyńskiego oraz członkiem Towarzystwa Uniwersyteckiego Fides et Ratio oraz Towarzystwa Naukowego Educare.

Streszczenie

W twórczości biskupa Lepy zainteresował mnie nie tyle sam temat audiowizualności, ale bardziej antropologiczny i kulturowy kontekst jego wypowiedzi. Nie jest bez znaczenia, że autor był wierzącym katolikiem, który patrzył na rzeczywistość przez pryzmat antropologii chrześcijańskiej. Z tego powodu uważam, że wprowadza do refleksji na temat mediów i komunikacji zupełnie unikalny charakter uprawnionej analizy rzeczywistości

⁴¹ Archiwum Archidiecezjalne w Łodzi, Zesp. Spuścizna naukowa bpa A. Lepy, Sygn. SPNBAL 4/32, Udział mediów w zniewalaniu człowieka, b.d., s. 7.

medialnej. Nie interesuje go bowiem sama informacja, ale sposób, w jaki wpływa ona na rozwój człowieka. Wszystkie analizy prowadzone przez Lepę kierowały go ku odpowiedzi na pytanie, jak bardziej stawać się człowiekiem, będąc zanurzonym w mediosferze, która jako wytwór osoby, stała się naturalną przestrzenią życia, zbudowaną z komunikatów udostępnianych poprzez technologie medialne.

Słowa kluczowe: kultura, audiowizualność, mediosfera, etyka

Summary

What interested me in Bishop Lepa's work was not so much the topic of audiovisuality itself, but more the anthropological and cultural context of his statements. It is not without significance that the Author was a believing Catholic who looked at reality through the prism of Christian anthropology. For this reason, I believe that he introduces a completely unique character of legitimate analysis of media reality into reflections on media and communication. For he is not interested in the information itself, but in the way it affects human development. All the analyses that the author has carried out have directed him towards answering the question of how to become more human by being immersed in the mediosphere, the natural sphere made up of messages made available through media technologies.

Keywords: culture, audiovisuality, mediosphere, ethics

Bibliografia

- Archiwum Archidiecezjalne w Łodzi, Zesp. Spuścizna naukowa bpa A. Lepy, Sygn. SPNBAL 4/58, Profanacja słowa, s. nlb.
- Archiwum Archidiecezjalne w Łodzi, Zesp. Spuścizna naukowa bpa A. Lepy, Sygn. SPNBAL 4/57, Formacja medialna w seminarium duchownym. Dydaktyka czy pedagogizacja, s. nlb.
- Archiwum Archidiecezjalne w Łodzi, Zesp. Spuścizna naukowa bpa A. Lepy, Sygn. SPNBAL 4/55, Człowiek w świecie reklamy, s. nlb.
- Archiwum Archidiecezjalne w Łodzi, Zesp. Spuścizna naukowa bpa A. Lepy, Sygn. SPNBAL 4/57, Formacja medialna w seminarium duchownym. Dydaktyka czy pedagogizacja, s. nlb.
- Archiwum Archidiecezjalne w Łodzi, Zesp. Spuścizna naukowa bpa A. Lepy, Sygn. SPNBAL 4/30, Ład medialny w zorganizowanej infosferze. Znaczenie i perspektywa rozwoju, b.d.
- Archiwum Archidiecezjalne w Łodzi, Zesp. Spuścizna naukowa bpa A. Lepy, Sygn. SPNBAL 4/32, Udział mediów w zniewalaniu człowieka, b.d.

- Bartocha W., *Galenosfera w liturgii*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 32 (2023), nr. 2, s. 11–24.
- Baudrillard J., *W cieniu milczącej większości*, Warszawa 2012.
- Gajda J., *Pedagogika kultury w zarysie*, Kraków 2016.
- Klauza K., *Pedagogika mediów w biskupiej postudze Adama Lepy Commemoratio testis*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 32 (2023), nr. 2, s. 61–77.
- Kwarcińska K., „Tylko” etyka, czy „aż” etyka? *Etyka jako narzędzie w metodologii badań społecznych*, „Uniwersyteckie Czasopismo Socjologiczne” 2009, nr 3, s. 127–139.
- Lepa A., *Etyczne i wychowawcze aspekty opinii publicznej*, „Annales. Etyka w Życiu Gospodarczym” 12 (2009), nr 2, s. 111.
- Lepa A., *Etyka ciszy w edukacji medialnej*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 2012, nr. 21, s. 143–150.
- Lepa A., *Etyka galenosfery*, „Annales. Etyka w Życiu Gospodarczym” 11 (2008), nr 2, s. 195.
- Lepa A., *Etyka mediosfery*, „Annales. Etyka w Życiu Gospodarczym” 13 (2009), nr 1, s. 54.
- Lepa A., *Funkcja logosfery w wychowaniu do mediów*, Łódź 2006.
- Lepa A., *Katecheta i świat obrazów*, „Katecheta” 1993, nr 4, s. 192–198.
- Lepa A., *Logosfera a etyka społeczeństwa komunikacji*, „Annales. Etyka w Życiu Gospodarczym” 11 (2008), nr 2, s. 133–144.
- Lepa A., *Logosfera a ład medialny*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 2007, nr 16, 139–149.
- Lepa A., *Logosfera*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 4 (1994), s. 201.
- Lepa A., *Ład medialny a społeczeństwo informacji*, w: *Kultura. Media. Społeczeństwo*, red. D. Wadowski, Lublin 2007, s. 275–290.
- Lepa A., *Magia obrazu*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 6 (1997), s. 264.
- Lepa A., *Pedagogika mass mediów*, Łódź 1998.
- Lepa A., *Pedagogika mediosfery*, „Pedagogia Christiana” 30 (2012), nr 2, s. 215–224.
- Manowich L., *Język nowych mediów*, Warszawa 2006.
- McLuhan M., *Wybór pism*, Poznań 2001.
- McLuhan M., *Zrozumieć media. Przedłużenia człowieka*, Warszawa 2004.
- Medioznawstwo personalistyczne. Wybrane zagadnienia z filozofii i teologii mediów*, t. 1, red. J. Jęczeń, P. Guzdek, Lublin 2018.
- Schwab K., *Czwarta rewolucja przemysłowa*, Warszawa 2018.
- Silverman D., *Interpretacja danych jakościowych. Metody analizy rozmowy, tekstu i interakcji*, Warszawa 2007.
- Sojak R., Wincenty D., *Zagubiona rzeczywistość: o społecznym konstruowaniu niewiedzy*, Warszawa 2005.
- Toffler A., *Trzecia fala*, Warszawa 2001.
- Wojtyła K., *Osoba i czyn oraz inne studia antropologiczne*, Lublin 2000.
- Żukowska-Gardzińska, D., *Obiektywizacja osoby w kulturze*, w: *Między religioznawstwem a teologią*, t. 3, red. W. Cisko, J. Różański, Pelplin 2024, s. 9–20.

Część III.
Propaganda i manipulacja medialna

Propaganda i manipulacja w ujęciu biskupa Adama Lepy

Działalność naukowa biskupa Adama Lepy koncentrowała się na badaniu mediów w wielu aspektach, ale najwięcej uwagi poświęcono ich wpływowi wychowawczemu oraz – niejako w konsekwencji – ich oddziaływaniu manipulacyjnemu oraz propagandowemu¹. W każdej publikacji na ten temat autor zaznaczał, że manipulacja i propaganda stoją w sprzeczności z wychowaniem². Biskup, jako świadomy i uważny obserwator życia publicznego, zwracał uwagę na powody wykorzystywania manipulacji i propagandy przez media oraz badał mechanizmy wykorzystywane do niezgodnego z zasadami etyki używania środków masowego przekazu do kształtowania poglądów i percepcji polskiego społeczeństwa. W centrum jego zainteresowania znajdował się jednak zawsze człowiek rozumiany jako jednostka, która powinna mieć pełne prawo do swobodnego rozwijania swojej osobowości, budowania bazy wiedzy o świecie, a także podejmowania świadomych decyzji, rodzących się z poszanowaniem godności i wolności

¹ Zob. J. Pater, *Biskup Adam Lepy – duszpasterz i nauczyciel*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 2008, nr 17, s. 17–25.

² A. Lepy, *Świat manipulacji*, Częstochowa 1997, s. 16.

osoby ludzkiej³. Zgodnie z obserwacjami związanymi z sytuacją panującą w postkomunistycznej Polsce, Lepa zauważał, że coraz częściej jednostka stawała się przedmiotem ukierunkowanego na jej szkodę oddziaływania mediów masowych⁴. O ich przemożnym wpływie na kształtowanie opinii publicznej pisał, wskazując m.in. na problem sterowania życiem społecznym i politycznym w kraju. Jako przykład podawał nie tylko kreowanie pozytywnego wizerunku jednych polityków czy instytucji i eliminowanie z przestrzeni publicznej innych, ale także swoiste „wchłanianie” osób decyzyjnych, zajmujących ważne stanowiska, poprzez wywoływanie w nich presji związanej z jak najczęstszym pojawianiem się w mediach, co jednocześnie odciąga ich uwagę od skutecznej realizacji innych zadań⁵. To, co pokazywane i omawiane jest w mediach, ma znaczący wpływ na kształtowanie opinii publicznej rozumianej często jako zdanie większości społeczeństwa wyrażone w jakiejś istotnej sprawie⁶. Opinia publiczna kształtowana bywa jednak nie tylko za pośrednictwem środków masowego przekazu, ale również wielu innych rozmaitych czynników, w tym propagandy szeptanej, która jest jednym z mniej zbadanych narzędzi wywierania wpływu⁷.

Manipulacja i propaganda traktowane są przez Lepę jako trudne problemy i swoiste wyzwania dla pedagogiki, ponieważ wywierają głęboki, destrukcyjny wpływ na osobowość człowieka. Pełne rozwijanie osobowości jednostki staje się niemożliwe, gdy nie ma ona dostępu do prawdy, a swoje wyobrażenie o rzeczywistości buduje na podstawie komunikatów niepełnych, świadomie przekłamanych przez nadawcę. „[...] w manipulacji chodzi z reguły o coś, co zasadniczo istnieje poza człowiekiem i jego

³ Zob. tenże, *Pedagogika mass mediów*, Łódź 2007; tenże, *Pedagogika mass mediów w Wyższym Seminarium Duchownym*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 1996, nr 5, s. 127–132; tenże, *Pedagogia mediosfery*, „Paedagogia Christiana” 2/30 (2012), s. 215–224; tenże, *Mediosfera człowieka*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 2010, nr 19, s. 159–169.

⁴ Zob. tenże, *Manipulowanie człowiekiem jako problem współczesnej pedagogii*, „Ethos” 1992, nr 17, s. 77–87.

⁵ Tenże, *Media – czwarta władza, czy służba człowiekowi?*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 2000, nr 9, s. 171–180.

⁶ Tenże, *Opinia publiczna, media i zasady etyki*, „Paedagogia Christiana” 1/27 (2011), s. 89–97.

⁷ Tamże, s. 91.

rzeczywistym dobrem, a czemu podporządkowane jest zdobywanie człowieka, zawładnięcie nim i dowolne dysponowanie”⁸. Tym „czymś” jest cel, do osiągnięcia którego w sposób ukryty zmierzają nadawcy komunikatów skażonych manipulacją. Działania manipulacyjne stanowią przeciwieństwo działalności wychowawczej także dlatego, że z ich powodu dochodzi do zaburzenia równowagi społecznej, np. poprzez osłabianie wpływu lub obalanie konkretnych autorytetów, zwalczanie pozytywnych wartości i promowanie antywartości. Zabiegi manipulacyjne lub propagandowe często wymierzone są przeciwko tym osobom, które w danych społecznościach cieszą się uznaniem i szacunkiem, co prowadzi do powstania chaosu moralnego czy kryzysu wartości. Regularne, zaplanowane i realizowane na masową skalę manipulowanie społeczeństwem – z jakim można spotkać się w państwach totalitarnych⁹ – prowadzi zaś do powstania patologii społecznych. Jedną z patologii występujących w konsekwencji wszechobecności manipulacji jest zataczające coraz szersze kręgi zjawisko automanipulacji. Podlega mu człowiek, który na skutek akceptacji manipulacji kierowanych do niego ze strony innych osób zatracą własną tożsamość, wyzbywa się woli walki o posiadanie indywidualnych poglądów i prawo do wolności podejmowania życiowych decyzji. Pozyskanie takiego stanu jest pożądane przez manipulatorów, gdyż znacznie ułatwia im realizację zamierzeń, a zdominowaną jednostkę pozostawia z poczuciem bezradności. Rezygnacja z własnej tożsamości sprawia, że bezrefleksyjnie przyjmowane są treści udostępniane przez dysponentów manipulacji i propagandy, a skryte cele ich działań mogą być z łatwością osiągnięte.

Istota manipulacji i propagandy

Manipulacja jest zjawiskiem negatywnym, moralnie nagannym. Dobrze zaplanowana i realizowana manipulacja „prowadzi do spustoszenia w obrębie

⁸ Tenże, *Manipulowanie człowiekiem jako problem współczesnej pedagogii*, dz. cyt., s. 83.

⁹ Zob. W. Długoborski, *Kilka uwag o propagandzie totalitarnej i jej twórcy*, „Przegląd Powszechny” 1983, nr 10, s. 63–86.

osobowości człowieka oraz do licznych nieprawidłowości w podstawowych strukturach społecznych¹⁰.

Istotę manipulacji stanowi „narzucanie fałszywego obrazu świata, a zatem nieprawdziwych informacji o samym człowieku, będącym przedmiotem zabiegów manipulacyjnych, o świecie, w którym on żyje, oraz o warunkach jego egzystencji [...] Niejako z natury manipulacji wynika konieczność ukrywania jej rzeczywistych celów¹¹. W odniesieniu do tych celów wskazano, że istnieją one zawsze poza człowiekiem, co oznacza, że nie mają związku z dbaniem o rzeczywiste dobro jednostki¹². Przedmiotem działań manipulacji jest zawsze jakiś określony wycinek rzeczywistości. Zakłamywanie mniejszych części obrazu świata także przynosi zamierzone efekty i doprowadza do uzyskania założonych celów. Dwie podstawowe właściwości manipulacji to skrytość i planowanie. Skuteczność zabiegów manipulacyjnych, podobnie jak i propagandowych, zależy od niedostrzegalności działań tego typu. Najważniejsze jest jednak ukrycie rzeczywistych celów, których osiągnięcie zaplanowali manipulatorzy – prowadzą one do uczynienia z jednostki przedmiotu swoich oddziaływań, a w dalszej konsekwencji sprawiają nawet, że staje się ona narzędziem, którego używają do realizacji innych zamierzeń. W ujęciu Lepy propaganda natomiast jest rozumiana jako „zaplanowane oddziaływanie na daną społeczność odpowiednich treści perswazyjnych, prowadzące poprzez urabianie postaw i opinii do wywołania oczekiwanych decyzji i zachowań¹³. Wynika z tego, że chociaż propaganda najczęściej posługuje się takim samym zakresem technik i narzędzi co manipulacja, to jednak zakłada wykorzystywanie również perswazji – argumentacji odwołującej się do sfery poznawczej człowieka (a nie wyłącznie emocji), która ma doprowadzić do podejmowania decyzji nie zawsze przynoszących jednostce jakkolwiek szkodę. Mimo to urabianie postaw i opinii odbywa się najczęściej z wykorzystaniem metod manipulacyjnych.

¹⁰ A. Lepa, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 23–24.

¹¹ Tenże, *Manipulowanie człowiekiem jako problem współczesnej pedagogii*, dz. cyt., s. 78.

¹² Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 136.

¹³ Tenże, *Świat propagandy*, Częstochowa 2006, s. 16.

W zależności od skali podejmowanych działań manipulacyjnych i propagandowych mowa może być o całych zespołach specjalistów przygotowujących i realizujących konkretne działania zmierzające do osiągnięcia wyznaczonych im celów w trakcie planowanych kampanii, gdy chodzi o tzw. wielką manipulację, lub prostego obmyślenia struktury zarzutów albo konkretnych zachowań, np. kokieteryjnych, kiedy manipulacja ma zostać przeprowadzona na gruncie relacji międzyludzkich, czyli podczas zwykłych spotkań i rozmów prowadzonych na gruncie zawodowym, rodzinnym, sąsiedzkiem itd.¹⁴

Najprostszymi, a zarazem najskuteczniejszymi nośnikami propagandy i manipulacji są słowo i obraz. Oba te tworzywa są dziś wszechobecne za sprawą mediów¹⁵. Manipulacja za pośrednictwem słowa jest możliwa na dwóch płaszczyznach: przy użyciu tekstów, przybiera wówczas postać kamuflażu, kłamstwa, demagogii¹⁶, lub samych struktur gramatycznych. Odpowiednie wykorzystanie środków językowych umożliwia budowanie wypowiedzi interpretowanych zgodnie z intencjami manipulatorów, ma wpływ na budowanie sieci skojarzeń, w którą wplątuje się odbiorca, mimowolnie podążając ścieżkami wytyczanymi przez nadawcę, prowadzącymi wprost do zamierzonego przez niego celu.

Przemiany technologiczne w obszarze mediów masowych umożliwiły stworzenie tzw. cywilizacji obrazu – rzeczywistości, w której stale spada znaczenie słowa, a wzrasta moc oddziaływania obrazu możliwego do dowolnego preparowania. Obraz z niezwykłą łatwością wywołuje emocje, na pojawienie się których wpływ ma nie tylko przedstawiony na nim obiekt, ale też inne cechy czy właściwości, jak chociażby: odpowiednie kadrowanie, nasycenie i tonacja barw czy ekspozycja, jeśli mowa o obrazach publikowanych w prasie, a także umiejscowienie obrazu wśród innych, muzyka, tempo ruchu i wiele innych w przypadku obrazów dostępnych w telewizji czy kinie¹⁷.

¹⁴ Zob. tenże, *Logosfera a więzi społeczne*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 2006, nr 15, s. 147–154.

¹⁵ Zob. tenże, *Funkcje logosfery w wychowaniu do mediów*, Łódź 2008, s. 54–90.

¹⁶ Zob. M. Głowiński, *Rytuał i demagogia*, Warszawa 1992.

¹⁷ Zob. A. Lepa, *Magia obrazu*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 1997, nr 6, s. 263–276.

W odniesieniu do klasyfikacji działań manipulacyjnych Lepa proponuje podziały uwzględniające:

- a) skuteczność oddziaływania – wyróżnia manipulację skuteczną, daremną oraz z efektem bumerangowym (gdy osiągnięty efekt jest odwrotny do zaplanowanego);
- b) zasób wykorzystanych technik – zawiera tutaj manipulację tradycyjną oraz najnowszą (korzystającą ze sposobów wpływania na podświadomość, pozazmysłową);
- c) treść nadawanych komunikatów – wyszczególnia manipulację polityczną (wskazując, że ma najpotężniejszy obszar działania), ideologiczną, handlową (ma tutaj na myśli reklamę z powodu jej powiązań z ideologią oraz antywartościami, które coraz częściej są w niej promowane);
- d) typ wykorzystanego medium – wyróżnia manipulację prasową, radiową, telewizyjną, a z dzisiejszej perspektywy listę tę należałoby uzupełnić także o manipulację w Internecie.

Podsumowując, należy zaznaczyć, że w ujęciu Lepy relacja między manipulacją i propagandą wygląda tak, że manipulacja jest niezwykle skutecznym narzędziem w rękach propagandystów, którzy korzystają z arsenału dostępnych technik i narzędzi chętnie oraz efektywnie. Niemniej jednak propagandysta nie musi niejako z urzędu być manipulatorem, gdyż nie zawsze działalność propagandowa opiera się na technikach manipulacji¹⁸. Manipulacja jest zjawiskiem powszechnym, obecnym nie tylko w środkach masowego przekazu, ale także w procesach codziennej komunikacji międzyludzkiej. Z tego powodu wiele osób nie ma świadomości, że ulega jej oddziaływaniu, nie zdaje sobie sprawy z tego, jak wiele technik manipulacyjnych i propagandowych jest wykorzystywanych w przestrzeni publicznej i niejako przeciwko nim. Cele, które przyświecają dysponentom manipulacji, zawsze są starannie ukryte, a poznanie prawdziwego powodu jej stosowania często bywa wręcz niemożliwe – twórcy wielkiej manipulacji skłonni są wskazywać tzw. cele pozorne, kiedy pewne mechanizmy ich działań zostaną obnażone i stają się elementem debaty publicznej. Manipulacja i propaganda stanowią

¹⁸ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 12.

poważne wyzwanie dla pedagogiki i całego procesu wychowania jednostki, ponieważ nie traktują człowieka jako partnera w procesie kształtowania jego percepcji, ale – zgodnie z ich naturą – starają się nim zawładnąć i nakłonić go podstępem do podejmowania określonych działań oraz przyjmowania określonych, pożądanych przez nich postaw.

Mechanizmy, środki i metody stosowane w manipulacji i propagandzie

Określanie działań manipulacyjnych mianem mechanizmu niesie ze sobą wskazanie na ukryty, niejawny charakter ich działania. Mechanizm wszak działa wewnątrz, nie jest widoczny na pierwszy rzut oka, co doskonale uwypukla przywołane w *Świecie manipulacji* porównanie do „mechanizmu zegara”¹⁹. Skrytość mechanizmów manipulacyjnych przewyższa skrytość mechanizmów propagandy, które stają się niekiedy dostrzegalne przez odbiorców mass mediów, gdyż działania propagandowe mają bardziej nachalny charakter, a fakt połączenia propagandy z agitacją ułatwia odbiorcom rozpoznanie ich zaistnienia.

Gdy mechanizmy działania manipulacji czy propagandy zostaną dostrzeżone i rozpoznane, unicestwiona zostaje ich skuteczność. Wśród mechanizmów znajdują się zarówno te bazujące na zjawiskach i procesach psychologicznych, jak i te związane *stricte* z naturą mediów i zasadami ich działania.

Wachlarz środków, jakie wykorzystywać mogą manipulatorzy, aby osiągnąć swoje cele, jest bardzo szeroki. Szczególną uwagę biskup Lepa poświęca jednak przede wszystkim czterem środkom: stereotypowi, mitowi, kamuflażowi oraz plotce. Tym, co je łączy, są: po pierwsze, negatywny stosunek do prawdy, po drugie – wykorzystanie tego samego tworzywa, czyli słowa, obrazu i dźwięku (muzyki), po trzecie – możliwość użycia ich i przez manipulatorów, i przez propagandystów²⁰.

¹⁹ Tamże, s. 57–58.

²⁰ Tamże, s. 60.

Stereotyp – zdaniem Lepy jest to najbardziej funkcjonalny środek manipulowania za pośrednictwem mediów, ponieważ stanowi gotową formę myślenia o danym problemie, zjawisku, podmiocie zbiorowym²¹. Cechą charakterystyczną jest jego dalece posunięty schematyzm²². Bazuje na zakorzenionych w ludzkiej naturze skłonnościach psychologicznych: do dokonywania uogólnień oraz niechęci weryfikowania tego, co wydaje się prawdopodobne. Za pomocą stereotypów z łatwością rozprzestrzenia się odpowiednio przygotowane informacje na temat innych osób lub całych grup społecznych, a budowanie antagonizmów podnosi skuteczność manipulacji w sferach polityki, religii, ideologii²³. Z tego powodu stereotypy społeczne są fundamentalną warstwą propagandy²⁴.

Mit jest środkiem o bardziej skomplikowanej strukturze niż stereotyp. Mit społeczny (czy współczesny) jest definiowany jako pogląd, który „nieistniejącym wydarzeniom i zjawiskom nadaje pozory niewzruszonej prawdy”²⁵, przez co skutecznie fałszuje prawdziwy obraz rzeczywistości²⁶. Pomaga w tym stwarzanie pozorów neutralności, które wywołuje z kolei uśpienie podejrzliwości i czujności odbiorców²⁷. Lepa zwraca uwagę na brak w przestrzeni publicznej mitów, które mogłyby pomóc w budowaniu dojrzałego życia narodowego poprzez odniesienie do chwalebnych kart historii Polski nierozzerwalnie związanej z wartościami chrześcijańskimi²⁸.

Plotka to doskonale sprawdzające się w praktyce kontaktów interpersonalnych narzędzie rozprzestrzeniania informacji niesprawdzonych, które najczęściej działają na niekorzyść osoby, której dotyczą. Pomaga w utrwalaniu

²¹ Zob. tenże, *Kariera stereotypu i sukces propagandy*, „Niedziela” 1994, nr 11, s. 1, 6; tenże, *Katecheta i świat stereotypów*, „Katecheta” 1993, nr 2, s. 3–12.

²² Tenże, *Świat propagandy*, dz. cyt., s. 41.

²³ O znaczeniu informacji zaczerpniętych z mediów dla budowy relacji społecznych zob. tenże, *Pedagogia infosfery człowieka*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 2011, nr 20, s. 169–180. Por. tenże, *Mass media i zatruta infosfera*, „Ład” 1993, nr 40, s. 7.

²⁴ Tenże, *Świat propagandy*, dz. cyt., s. 41.

²⁵ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 62; tenże, *Katecheta i świat mitów*, „Katecheta” 1993, nr 2, s. 65–72.

²⁶ Zob. E. Wolicka, *Obecność mitu – wczoraj i dziś*, „Zeszyty Naukowe KUL” 1986, nr 2, s. 31–46.

²⁷ A. Lepa, *Świat propagandy*, dz. cyt., s. 44.

²⁸ Zob. tamże, s. 47; tenże, *Stare mity*, „Niedziela” 1990, nr 37, s. 1, 4–5.

negatywnego podejścia do osób trzecich, może doprowadzić do powstania nie tylko uprzedzeń, ale nawet nienawiści i aktów agresji²⁹. Sposób rozprzestrzeniania się plotki – przekazywanie jej z ust do ust, najczęściej w tajemnicy – sprawia, że trudno ją w jakikolwiek sposób kontrolować. Zarówno w propagandzie, jak i manipulacji, plotka ma w pierwszej kolejności doprowadzić do kompromitacji przeciwnika, a w dalszej konsekwencji do pozbawienia go dotychczasowego prestiżu i wiarygodności³⁰.

Kamouflaż, z uwagi na swoją skuteczność, jawi się jako środek niezbędny w manipulacji i propagandzie. Polega na maskowaniu się, świadomym i celowym wprowadzaniu innych w błąd – przybiera więc postać kłamstwa³¹ i fałszerstwa propagandowego³².

Techniki stosowane w manipulacji i propagandzie przedstawić można na jednej liście, ale z zastrzeżeniem, że niektóre z nich mają szersze zastosowanie w jednej z dwu form nieetycznego komunikowania, a to ze względu na: specyfikę samej techniki, możliwość fałszowania rzeczywistości, zakres wykorzystanego kamuflażu oraz poziom gwarancji skrytości.

Do technik mających szersze zastosowanie w obszarze manipulacji zdaniem Lepy należą:

1. fragmentacja – polega na ukazaniu wybranego fragmentu rzeczywistości, z pominięciem jej najistotniejszych wymiarów³³;
2. natychmiastowość w informowaniu – bazuje na jednej z kluczowych zasad dziennikarstwa polegającej na tym, aby informować w jak najszybszy sposób; prowadzi do uwiarygodniania informacji przekazywanych „na żywo” lub z „ostatniej chwili”, dezaktualizuje i przekierowuje uwagę odbiorcy od innych wiadomości, wpływa na obniżenie stopnia wrażliwości odbiorców³⁴;

²⁹ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 63–64.

³⁰ Tenże, *Świat propagandy*, dz. cyt., s. 51.

³¹ Zob. S. Zapaśnik, *Kłamstwo polityczne*, „Kultura i Społeczeństwo” 1989, nr 3–4, s. 123–139.

³² A. Lepa, *Świat propagandy*, dz. cyt., s. 53.

³³ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 71–73.

³⁴ Zob. tenże, *Informacja w kształtowaniu postaw człowieka a społeczeństwo komunikacyjne*, „Paedagogia Christiana” 1/23 (2009), s. 79–87.

3. ingracja – jest stosowana przede wszystkim w obszarze tzw. małej manipulacji (relacje międzyludzkie), a polega na zdobywaniu akceptacji i zaskarbianiu sobie pozytywnych uczuć odbiorcy, które związane może być nawet z podnoszeniem własnej atrakcyjności czy reorganizacji image'u;
4. wykorzystanie *cliché* (z fr. negatywu) – polega na wybiórczym ukazywaniu wyłącznie negatywnych cech osoby lub instytucji, a przysłanianiu wszystkiego, co pozytywne;
5. sugestia – jej działanie najlepiej widoczne jest w odniesieniu do pobudzających haseł politycznych lub ideologicznych – mają one zdolność popychania jednostki do zachowania zgodnego z oczekiwaniami manipulatora;
6. manipulowanie podświadomością – bazuje na dostarczaniu bodźców słuchowych i wzrokowych, które w momencie zaistnienia nie są uświadomione przez odbiorcę, ale zostają odnotowane w jego podświadomości³⁵ – po pewnym czasie lub długiej ekspozycji na tego typu bodźce mogą być widoczne rzeczywiste zmiany w zachowaniu lub postawach odbiorców.

W zakresie technik manipulacyjnych znajdujących szersze zastosowanie w propagandzie wymienione zostały z kolei: powtarzanie, które aby było skuteczne, musi korzystać ze zróżnicowanych form komunikowania³⁶; przemilczanie – eliminacja z życia publicznego informacji niewygodnych dla dysponentów propagandy; „publiczność odziedziczona”, czyli nadawanie komunikatów audytorium zebranemu w celu odebrania zupełnie innych treści (np. reklama wyborcza przed rozpoczęciem transmisji z wydarzenia sportowego); symbol – o skuteczności oddziaływania świadczą jego rzeczywista wartość i wiarygodność, oddziałuje na sfery: poznawczą, emocjonalną i motywacyjną³⁷; niezwykłość przekazu, czyli – najczęściej – sensoryjne

³⁵ Mowa tu o technikach jednej klatki oraz zapisu wstecznego, zob. tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 47–48.

³⁶ Zob. tenże, *Powtarzane w mediach kłamstwo staje się pseudoprawdą*, „Niedziela” 1993, nr 29, s. 1, 11.

³⁷ Zob. tenże, *Świat propagandy*, dz. cyt., s. 77–78.

ujęcie tematu; moda, a więc bazowanie na psychologicznych potrzebach naśladownictwa, lęku przed ośmieszeniem i chęci przynależności do grupy poprzez podążanie za obowiązującymi w niej trendami; selekcja, czyli ukazywanie wybranych aspektów omawianych zdarzeń; manewr odciągający – przekierowanie uwagi odbiorców na inny, odpowiednio dobrany, obiekt zainteresowania; sformułowania eufemistyczne, a więc stosowanie nazewnictwa odwracającego uwagę od prawdziwej natury rzeczy, zjawisk i wydarzeń; hiperbolizacja – wyolbrzymianie polegające na przesadnym eksponowaniu danego zdarzenia czy zjawiska jako bardziej istotnego, niż jest ono w rzeczywistości, lub ukazanie np. procesu marginalnego jako mającego masowy charakter poprzez odpowiednie dobranie „ilustracji”; nadmierne uogólnienia pomagające w przekonaniu odbiorcy, że jakieś zjawisko nabiera charakteru masowego lub opinia jest sądem powszechnym wśród reszty społeczeństwa; jawność, czyli dozowanie informacji o faktach, które może nabierać charakteru działań demaskatorskich lub obalania tematów tabu; etykietowanie – dopasowywanie epitetów mających podnieść prestiż osób czy instytucji lub je poniżyć, ośmieszyć, zdyskredytować; wykorzystanie autorytetu, czyli zaangażowanie osoby cieszącej się uznaniem i szacunkiem społecznym do rozpowszechniania komunikatów o określonej treści³⁸; „band wagon” – technika polegająca na podkreślanu swojej wyższości nad przeciwnikiem, aby przekonać do własnych racji jak najwięcej nowych zwolenników; imperatywność treści, czyli bezpośrednie wezwanie adresata do podporządkowania się życzeniom lub wytycznym nadawcy komunikatu; oddziaływanie pośrednie, a więc zwracanie się do osób z bezpośredniego otoczenia prawdziwego adresata komunikatu; ultymatywność sformułowań, czyli stawianie odbiorcy ultimatum zmuszającego go do niemal natychmiastowego podejmowania decyzji (tzw. technika „albo-albo”); wywoływanie chaosu pojęć i wartości, które polega na trywializacji języka związanego z przestrzenią wartości, aby je ośmieszać i doprowadzić do całkowitego relatywizmu; czyn propagandowy, czyli działanie podejmowane w celu wzmocnienia komunikatów słownych.

³⁸ Zob. tenże, *Autorytet wehikulem propagandy*, „Niedziela” 1993, nr 42, s. 1, 15.

Cztery systemy manipulowania społeczeństwem

Zespoły powiązanych ze sobą różnorodnych środków i technik manipulacyjnych, zwłaszcza używanych w czasie konkretnej kampanii propagandowej, nazywane są systemami manipulacji. Adam Lepa omówił w swoich publikacjach cztery systemy manipulacji. Jako pierwszy wskazał system dezinformacji społeczeństwa. Pierwszy typ działań zachodzi na płaszczyźnie komunikacji interpersonalnej, kiedy jednostka doraźnie, w nieprofesjonalny sposób wprowadza w błąd drugą osobę, aby uniknąć obnażenia swoich błędów lub niekompetencji, albo dąży do usprawiedliwienia swojego zachowania. Drugi typ działań realizowanych w ramach systemu dezinformacji ma znacznie szerszy zakres – jest prowadzony przez sztab profesjonalistów z zakresu propagandy i manipulacji i skierowany do masowego odbiorcy, niekiedy rozumianego jako ogół społeczeństwa, a w celu osiągnięcia jak największej skuteczności wykorzystuje wiele środków przekazu i wiele zróżnicowanych technik manipulacji i propagandy. Jednym z charakterystycznych sposobów komunikowania jest stworzenie dwustopniowego systemu przepływu informacji. Instytucją pośredniczącą stają się w tym procesie tzw. przywódcy opinii – osoby czerpiące satysfakcję z udziału w przekazywaniu informacji w swoich kręgach społecznych, które cieszą się uznaniem oraz posiadają odpowiednie kompetencje, aby wzmocnić wymowę komunikatu oraz zapewnić mu jak najszersze audytorium. W takich okolicznościach kluczowe znaczenie ma postawa lidera opinii – gdy przyjmuje postawę makiawelizmu, skuteczność oddziaływania manipulacji i propagandy rozpowszechnianych za jego pośrednictwem znacząco wzrasta³⁹. Drugą postacią zorganizowanej dezinformacji jest logomachia, czyli wzbudzanie zainteresowania komunikatem wśród ekspertów pracujących w mediach⁴⁰. Aby realizacja zamierzeń manipulatorów była możliwa, komunikaty muszą być odpowiednio skomponowane – efektywne i sugestywne. Mimo że nie są prawdziwe, zainteresowanie wzbudzone przez media ułatwia

³⁹ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 90–91.

⁴⁰ Zob. tenże, *Logosfera a etyka społeczeństwa komunikacji*, „Annales. Etyka w Życiu Gospodarczym” 11 (2008), nr 2, s. 133–144.

im oddziaływanie na społeczeństwo. Trzecią postacią jest zaś szum informacyjny, czyli pojawiające się w procesie przekazywania informacji trudności (w przypadku propagandy – rozmyślnie wykorzystane czynniki uboczne), które utrudniają lub nawet uniemożliwiają odbiorcom zapoznanie się z informacją niepożądaną przez dysponentów propagandy. Działanie to zmierza do utrudniania zrozumienia informacji, wywołania uczucia ich natłoku, co prowadzi do dezorientacji.

System kreowania wroga sięga korzeniami do czasów komunistycznych, kiedy to na potrzeby walki klas filozofowie marksistowscy wskazywali, z kim powinna walczyć klasa robotnicza, aby zapanował powszechny ład. Pojawił się cały wachlarz określeń (etykiet) używanych do opisanego wrogów ludzi pracujących, a wśród nich byli: „kułacy”, „wrogowie ludu” czy „czarni reakcyjniści”. Wszelkie niepomysłne wydarzenia musiały być przypisane konkretnemu winowajcy, w związku z czym lista kozłów ofiarnych z biegiem lat tylko się wydłużała. Biskup Lepa wskazuje, że w czasach postkomunistycznych podobna retoryka jest prowadzona wobec Kościoła katolickiego, który wskazywany jest jako wróg narodu, realne – w opinii przeciwników ideologicznych – zagrożenie dla społeczeństwa⁴¹. Tego typu poglądy wygłaszają także liderzy opinii i osoby piastujące ważne państwowe stanowiska, przez co ich opinie są powtarzane w nieprzychylnych Kościołowi mediach⁴². Wszechobecność tego tematu sprawia, że antykościelna narracja przybiera na sile. Wskazywanie wrogów nie tylko wzmacnia polaryzację społeczeństwa, ale może prowadzić do konkretnych aktów agresji, wzniesienia nienawiści, wywoływania chaosu.

Zatrucie informacyjne polega na ukazywaniu spraw najwyższej wagi (związanych z systemem wartości) jako mało istotnych. Prawidłowo skonstruowana piramida wartości ma wpływ na podejście do świata, innych ludzi i samego siebie, oddziałuje na życiowe wybory oraz wszelkie podejmowane przez jednostkę decyzje. Elementem walki

⁴¹ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 95–96.

⁴² Zob. tenże, *Propaganda antykościelna dziś?*, „Niedziela” 1993, nr 15, s. 1, 6; J. Mażarski, *Wojna z Kościołem i co dalej?*, „Ład” 1994, nr 29, s. 3; D. Morawski, *Wielka kompromitacja*, „Niedziela” 1994, nr 30, s. 1, 7; A. Lepa, *Pięć lat „zdrowej krytyki” obłożonej twierdzy*, „Niedziela” 1994, nr 24, s. 3, 8.

z istniejącym porządkiem jest perswazja ukryta w obrębie światopoglądu, czyli ukazywanie nowych hierarchii wartości jako porządku oczywistego, powszechnie aprobowanego. Negatywne podejście jednostki do tych propozycji jest więc ukazywane w taki sposób, aby ją ośmieszyć i skompromitować publicznie jako niepostępową i zacofaną. Lekceważenie i ośmieszanie wartości chrześcijańskich, zdaniem Adama Lepy, jest kolejną techniką używaną w ramach zatrucia informacyjnego do walki z Kościołem katolickim w Polsce⁴³. Procesowi temu towarzyszy potajemne wprowadzanie antywartości – polega ono na promowaniu idei, zachowań czy konkretnych instytucji prezentujących odmienny, sprzeczny z wartościami chrześcijańskimi światopogląd, a także równoległym dyskredytowaniu instytucji kościelnych, np. prasy katolickiej⁴⁴.

System S - M - S opiera się z kolei na odpowiednim dozowaniu sensacji, muzyki i seksu, czyli odwracaniu uwagi od spraw bieżących, a tworzeniu warunków do pobudzania aktywności na tych trzech obszarach, bazując na aktualnych potrzebach i oczekiwaniach społecznych. Sensacja przyciąga uwagę, a kreowana z wykorzystaniem odpowiednich technik i za pośrednictwem mediów masowych szybko przynosi pożądane przez manipulatorów efekty. Muzyka zajmuje znaczną część czasu antenowego i radiowego. Wpływa na kreowanie autorytetów młodego pokolenia, którymi coraz częściej stają się wykonawcy krajowi i zagraniczni, mimo że sposób ich życia wywołuje wiele wątpliwości i kontrowersji. Przed wszystkim jednak teksty piosenek stają się nośnikami wszelkiego rodzaju ideologii i antywartości – wymierzone są przeciw katolicyzmowi (czy szerzej: chrześcijaństwu), poczuciu dumy narodowej, promują nieakceptowalne zachowania seksualne, rytuały czy symbolikę⁴⁵. Element seksu dotyczy zaś propozycji komunikowania różnych treści w tym obszarze przeżyć, ale przybiera też formy bardziej zakamuflowane, tzn. edukacji seksualnej, działalności feministek, promowania aborcji i antykoncepcji, żądania legalizacji związków jednopłciowych. Osobnym zagadnieniem w tym obszarze pozostaje promowanie

⁴³ A. Lepa, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 105–106.

⁴⁴ Tamże, s. 106.

⁴⁵ Tamże, s. 115–116.

pornografii, która dewastuje psychikę młodych odbiorców i głęboko fałszuje obraz człowieka⁴⁶.

Katalog omówionych technik manipulacyjnych i propagandowych wskazuje na bogactwo form zniekształcania obrazu świata i otaczającej jednostkę rzeczywistości⁴⁷. Są one wykorzystywane do realizacji celów dysponentów manipulacji poprzez narażenie odbiorców na szkody intelektualne i moralne. Niebagatelne znaczenie ma fakt, że techniki te są łączone w całe systemy, a atak na wolność odbiorców, przypuszczony przez profesjonalne zespoły w ramach tzw. wielkiej manipulacji czy propagandy, nabiera zmasowanego charakteru wojny totalnej. Skuteczność oddziaływania podnosi, rzecz jasna, wykorzystanie środków masowego komunikowania, które chętnie angażują się w walkę polityczną i ideologiczną oraz promowanie „nowego”, postępowego porządku świata.

Trwałymi konsekwencjami oddziaływania manipulacji i propagandy, które z łatwością można dostrzec w zachowaniu osób narażonych na ich wpływ, są: nadmierne zaufanie do „własnych” środków komunikowania przy jednoczesnym negowaniu prawdziwości komunikatów pochodzących z innych źródeł; zatracanie własnej indywidualności na rzecz uniformizacji postaw, poglądów czy zainteresowań⁴⁸; utrwalanie postaw serwilizmu, oportunistu, gotowości do kolaboracji; postępująca bierność jednostki połączona ze zgodą na podleganie manipulacji lub propagandzie – najpoważniejszą patologią wynikającą z takiego stanu rzeczy jest automanipulacja prowadząca do powstania „człowieka zmanipulowanego”, czyli jednostki gotowej na następne etapy sterowania ludzką świadomością. Jednym z nich jest pranie mózgu, a więc „proces wywoływania niekorzystnych zmian strukturalnych w osobowości jednostki, dyktowanych motywami politycznymi albo ideologicznymi”⁴⁹.

⁴⁶ J. Bajda, *Zafalszowanie obrazu człowieka: pornografia*, „Ethos” 1993, nr 4, s. 72–91; K. Ostrowska, *Psychologiczne aspekty pornografii*, w: *Pornografia a wychowanie do odpowiedzialnego rodzicielstwa*, red. A. Szymański, Warszawa 1993, s. 13–20.

⁴⁷ Zob. A. Lepa, *Obszary „dialogu przez media”*, „Paedagogia Christiana” 1/25 (2010), s. 193–209.

⁴⁸ Zob. tenże, *Media a postawy*, Łódź 2003, s. 80–98.

⁴⁹ Zob. tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 163.

Wnioski i postulaty

Manipulowanie wywiera wysoce negatywny wpływ na osobowość jednostki, gdyż przede wszystkim ogranicza jej rozwój. Przekazuje człowiekowi świadomie zniekształcony obraz otaczającej go rzeczywistości, przez co negatywnie wpływa na jego zdolności poznawcze, wybory moralne, budowane przez niego relacje społeczne. Z tego powodu manipulacja i propaganda wskazywane są jako zjawiska przeciwne do procesu wychowania. W działalności wychowawczej jednostka jest podmiotem troski, dla manipulatorów zaś – przedmiotem wykorzystywanym do realizacji celów wyznaczonych poza nią, osiąganym kosztem jej krzywdy, bo związanych z pozbawieniem jej prawa do samostanowienia i korzystania z własnej wolności.

Arsenał środków i technik wykorzystywanych przez manipulatorów i propagandystów jest niezwykle bogaty. Bazują na mechanizmach psychologicznych, zasadach funkcjonowania jednostki i grup w społeczeństwie, sposobach działania środków masowego komunikowania. Czerpią więc wiedzę z dziedzin: psychologii, socjologii, politologii, nauk o mediach i wielu innych, kreują aktualne mody i trendy lub podążają za istniejącymi, znają oczekiwania przedstawicieli wielu środowisk. Choć trudno uniknąć oddziaływania manipulacyjnego, ponieważ jest ono niemal wszechobecne, to jednak ryzyko bycia manipulowanym zwiększa się wraz z ilościowym i jakościowym rozwojem środków masowego komunikowania.

Możliwa jest ochrona przed negatywnym wpływem manipulacji, ale kształtowanie odpowiednich postaw wymaga wzmożonej pracy nauczycieli i wychowawców, którzy mogą pomóc rozwijać u podopiecznych pożądane nastawienie, tj.: krytycyzm, wnikliwe obserwacje otaczającej rzeczywistości, stałe pogłębianie wiedzy o mechanizmach działania mediów masowych oraz o samych technikach i zasadach funkcjonowania manipulacji i propagandy.

Skutki oddziaływania manipulacyjnego w ujęciu bezpośrednim są związane z pozbawieniem wiedzy związanej z określoną tematyką, a co za tym idzie – wywołaniem poczucia niezrozumienia otaczającej rzeczywistości, zagubienia, wyobcowania. Wpływa to na powstanie chaosu, który potęguje dezinformacja. Uwaga odbiorców jest przekierowywana ze spraw ważnych na błahe, a to nie tylko zachwiewa hierarchią wartości wyznawanych przez

daną osobę, ale też sprzyja powstawaniu u niej negatywnych emocji w odniesieniu do innych ludzi, instytucji czy idei.

Jeden z głównych postulatów biskupa Adama Lepy nie stracił na aktualności, a wręcz nabiera dzisiaj nowej mocy: osoby publiczne, które mają taką możliwość, powinny ujawniać zaobserwowane działania manipulacyjne i propagandowe, nazywać dostrzegane zjawiska po imieniu, bez stosowania eufemizmów, wykorzystywać dostępne środki, aby ostrzegać przed zgubnym wpływem manipulacji i propagandy wszystkich, którzy mogą podlegać ich oddziaływaniu. Jest to zadanie spoczywające nie tylko na nauczycielach i wychowawcach, ale także innych osobach czujących odpowiedzialność nie tylko za kształtowanie młodszych pokoleń, ale też szerzej – za przyszłość Polski i całego polskiego społeczeństwa.

W odniesieniu do poszczególnych grup osób publicznych zadanie wskazywania, nagłaśniania i demaskowania manipulacji i propagandy będzie przebiegało w innych okolicznościach, przy użyciu innych środków, a mogą to być: wykłady i prelekcje nauczycieli akademickich, a także obowiązek prowadzenia badań naukowych w dwu obszarach – po pierwsze, odkłamywania zakrzywionego obrazu rzeczywistości zbudowanego w okresie komunizmu, gdy o propagandzie i manipulacji pisano tylko w odniesieniu do działań rządów państw kapitalistycznych (co było uzasadniane strachem przed narażeniem się dysponentom propagandy w kraju⁵⁰, ale teraz – z powodu zmian ustrojowych – nie może zostać zaniechane), oraz, po drugie, prowadzenia badań odzwierciedlających aktualny stan rzeczy; lekcje tematyczne prowadzone przez nauczycieli w placówkach oświatowych różnego szczebla, a także szczególnie staranne kształtowanie odpowiednich postaw, w tym postawy selektywnego odbioru mediów⁵¹; ambona oraz spotkania z grupami wiernych w przypadku duszpasterzy czy wreszcie łamy gazet i czasopism oraz strony internetowe i przestrzeń cyfrowa, które mogą być wykorzystywane przez dziennikarzy, publicystów, liderów opinii publicznej, polityków i działaczy społecznych.

⁵⁰ Por. W. Długoborski, dz. cyt., s. 63–86.

⁵¹ A. Lepa, *O postawie selektywnego odbioru mediów*, „Paedagogia Christiana” 2/20 (2007), s. 102–112.

Biogram

Dr Magdalena Butkiewicz – adiunkt w Instytucie Edukacji Medialnej i Dziennikarstwa WT UKSW w Warszawie; autorka książek i artykułów na temat propagandy i manipulacji w mediach oraz z zakresu historii mediów. Obszary zainteresowań badawczych: historia mediów tradycyjnych, techniki wywierania wpływu na jednostki i grupy społeczne, storytelling i true crime w mediach elektronicznych.

Streszczenie

W artykule zostały omówione definicje manipulacji i propagandy skonstruowane przez biskupa Adama Lepę. Odniesiono się do stworzonego przez Autora katalogu technik wykorzystywanych do wywierania manipulacyjnego wpływu na społeczeństwo, systemów manipulacji realizowanych w ramach tzw. wielkiej manipulacji i wielkiej propagandy oraz konsekwencji, jakie wywołuje oddziaływanie manipulacyjne i propagandowe u podlegających jego wpływowi jednostek. Wskazano powody decydujące o przeciwstawieniu manipulacji działalności wychowawczej i pedagogicznej.

Słowa kluczowe: Adam Lepa, manipulacja, propaganda, środki masowego komunikowania, media

Summary

The article discusses the definitions of manipulation and propaganda developed by Bishop Adam Lepa. Reference was made to the catalog of techniques created by the Author used to exert a manipulative influence on society, manipulation systems implemented as part of the so-called great manipulation and great propaganda, as well as the consequences that the manipulation and propaganda influence causes in the individual's subject. The reasons for opposing manipulation of educational and pedagogical activities were also indicated.

Keywords: Adam Lepa, manipulation, propaganda, mass media, media

Bibliografia

- Bajda J., *Zafalszowanie obrazu człowieka: pornografia*, „Ethos” 1993, nr 4, s. 72–91.
Długoborski W., *Kilka uwag o propagandzie totalitarnej i jej twórcy*, „Przegląd Powszechny” 1983, nr 10, s. 63–69.
Głowiński M., *Rytuał i demagogia*, Warszawa 1992.
Lepa A., *Autorytet wehikulem propagandy*, „Niedziela” 1993, nr 42, s. 1, 15.

- Lepa A., *Funkcje logosfery w wychowaniu do mediów*, Łódź 2008.
- Lepa A., *Informacja w kształtowaniu postaw człowieka a społeczeństwo komunikacyjne*, „Paedagogia Christiana” 2009, nr 1/23, s. 79–87.
- Lepa A., *Kariera stereotypu i sukces propagandy*, „Niedziela” 1994, nr 11, s. 1, 6.
- Lepa A., *Katecheta i świat mitów*, „Katecheta” 1993, nr 2, s. 65–72.
- Lepa A., *Katecheta i świat stereotypów*, „Katecheta” 1993, nr 2, s. 3–12.
- Lepa A., *Logosfera a etyka społeczeństwa komunikacji*, „Annales. Etyka w Życiu Gospodarczym” 2008, nr 2 (11), s. 133–144.
- Lepa A., *Logosfera a więzi społeczne*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 2006, nr 15, s. 147–154.
- Lepa A., *Magia obrazu*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 1997, nr 6, s. 263–276.
- Lepa A., *Manipulowanie człowiekiem jako problem współczesnej pedagogii*, „Ethos” 1992, nr 17, s. 77–87.
- Lepa A., *Mass media i zatruta infosfera*, „Ład” 1993, nr 40, s. 7.
- Lepa A., *Media – czwarta władza, czy służba człowiekowi?*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 2000, nr 9, s. 171–180.
- Lepa A., *Media a postawy*, Łódź 2003.
- Lepa A., *Mediosfera człowieka*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 2010, nr 19, s. 159–169.
- Lepa A., *O postawie selektywnego odbioru mediów*, „Paedagogia Christiana” 2007, nr 2(20), s. 101–112.
- Lepa A., *Obszary „dialogu przez media”*, „Paedagogia Christiana” 2010, nr 1(25), s. 193–209.
- Lepa A., *Opinia publiczna, media i zasady etyki*, „Paedagogia Christiana” 2011, nr 1(27), s. 89–98.
- Lepa A., *Pedagogia infosfery człowieka*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 2011, nr 20, s. 169–180.
- Lepa A., *Pedagogia mediosfery*, „Paedagogia Christiana” 2012, nr 2(30), s. 215–224.
- Lepa A., *Pedagogika mass mediów w Wyższym Seminarium Duchownym*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 1996, nr 5, s. 127–132.
- Lepa A., *Pedagogika mass mediów*, Łódź 2007.
- Lepa A., *Pięć lat „zdrowej krytyki” obłożonej twierdzy*, „Niedziela” 1994, nr 24, s. 3, 8.
- Lepa A., *Powtarzane w mediach kłamstwo staje się pseudoprawdą*, „Niedziela” 1993, nr 29, s. 1, 11.
- Lepa A., *Propaganda antykościelna dziś?*, „Niedziela” 1993, nr 15, s. 1, 6.
- Lepa A., *Stare mity*, „Niedziela” 1990, nr 37, s. 1, 4–5.
- Lepa A., *Świat manipulacji*, Częstochowa 1997.
- Lepa A., *Świat propagandy*, Częstochowa 2006.
- Maziarski J., *Wojna z Kościołem i co dalej?*, „Ład” 1994, nr 29, s. 3.
- Morawski D., *Wielka kompromitacja*, „Niedziela” 1994, nr 30, s. 1, 7.
- Ostrowska K., *Psychologiczne aspekty pornografii*, w: *Pornografia a wychowanie do odpowiedzialnego rodzicielstwa*, red. A. Szymański, Warszawa 1993, s. 13–20.

Pater J., *Biskup Adam Lepa – duszpasterz i nauczyciel*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 2008, nr 17, s. 17–25.

Wolicka E., *Obecność mitu – wczoraj i dziś*, „Zeszyty Naukowe KUL” 1986, nr 2, s. 31–46.

Zapaśnik S., *Kłamstwo polityczne*, „Kultura i Społeczeństwo” 1989, nr 3–4, s. 123–139.

Obraz i słowo jako narzędzia manipulacji w mediach. Refleksje biskupa Adama Lepy

We współczesnym świecie media odgrywają kluczową rolę w kształtowaniu opinii publicznej i wpływaniu na nasze postrzeganie rzeczywistości. Obraz i słowo, jako podstawowe narzędzia komunikacji, mogą być wykorzystywane zarówno do informowania, jak i manipulowania odbiorcami. Biskup Adam Lepy, znany ze swoich głębokich analiz dotyczących mediów, w swoich refleksjach zwraca uwagę na subtelne, ale potężne mechanizmy manipulacji, które mogą być stosowane przez media. Jego przemyślenia pomagają zrozumieć, jak obrazy i słowa mogą być używane do kształtowania naszych przekonań, emocji i decyzji oraz jakie konsekwencje niesie ze sobą ich nieodpowiedzialne użycie.

1. Wprowadzenie

Badania dotyczące obrazu i słowa jako narzędzi manipulacji w mediach wciąż stanowią interesujący obszar zarówno dla studiów teoretycznych, jak i prac empirycznych. Manipulacja w mediach to przede wszystkim posługiwanie się dezinformacją. Odnosi się do celowego rozpowszechniania

nieprawdziwych lub wprowadzających w błąd informacji z zamiarem oszukania odbiorców. Dezinformacja może mieć poważne konsekwencje, w tym: podważać zaufanie społeczne do instytucji, wpływać na wybory i sprzyjać niepokojom społecznym¹. Coraz częściej jest to także dehumanizacja, celowe przedstawianie osoby – np. polityka – w mediach, pozbawiające podstawowej godności człowieka, mające na celu dyskredytację². Manipulacja w mediach stała się stałym elementem współczesnych kampanii wyborczych. Media oddziałują na politykę w takim stopniu, że często nie tyle stanowią główne źródło informacji dla odbiorców, ile kreują rzeczywistość społeczną za pomocą odpowiednich technik³. Problem potęgują media społecznościowe. Dominacja kultury wizualnej i poddawanie faktów opiniom internautów stworzyło nową przestrzeń dla subiektywnych arbitrów rzeczywistości. Media społecznościowe – coraz bardziej atrakcyjne – stały się areną wielu konfliktów światopoglądowych. Również deprofesjonalizacja i utrata zaufania społecznego do zawodu dziennikarza pociągają za sobą niezliczone konsekwencje. Duże koncerty medialne utraciły monopol na proces dystrybucji przekazu, a ich miejsce zajęli: blogerzy, influencerzy i YouTuberzy⁴. Dziennikarstwo nie polega już tylko na informowaniu o wydarzeniach i ludziach – dziś podejmuje ono próbę narzucania interpretacji rzeczywistości, kreując ją często według przyjętej linii światopoglądowej⁵. Tematyka obrazu i słowa jako narzędzi manipulacji pozostaje zatem aktualna i ważna. Interesuje nas jednak przede wszystkim refleksja biskupa Lepy, który często podejmował te zagadnienia w swoich studiach medioznawczych.

¹ N. Szymańska, *Dezinformacja jako narzędzie manipulacji medialnej*, „Roczniki Studenckie Akademii Wojsk Lądowych” 2023, nr 7, s. 39–49.

² M. Mateja, *Nie taki diabeł straszny, jak go (w telewizji) malują? Dehumanizacja jako narzędzie dyskredytacji przeciwnika politycznego na przykładzie Donalda Tuska*, „Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska. Sectio K” 30 (2023), nr 2, s. 127–143.

³ N. J. Góraleczko, *Wybrane mechanizmy manipulacji wykorzystane przy Kampanii Prezydenckiej w 2020 r. w Polsce*, „Dyskurs & Dialog” 2021, nr 2, s. 79–106.

⁴ M. Okoniewski, *Media społecznościowe jako narzędzie wywierania wpływu*, „Człowiek w Kulturze” 31 (2021), nr 1, s. 110–124.

⁵ G. Gruner, *Metafora i metonimia konceptualna jako narzędzia perswazji i manipulacji*, „Językoznawstwo” 20 (2024), nr 1, s. 109–127.

2. Materiały i metody

Stawiając pytania o obraz i słowo jako narzędzia manipulacji w mediach, poszukamy odpowiedzi przede wszystkim w wydaniu drugim monografii biskupa Adama Lepy *Świat manipulacji* z 1997 roku⁶, które posłuży jako materiał badawczy. Wykorzystano również inne jego publikacje dotyczące tego zagadnienia, m.in.: artykuły *Manipulowanie człowiekiem jako problem współczesnej pedagogii*, *Media – czwarta władza, czy służba społeczna?* oraz *Obszary „dialogu przez media”*, opublikowane w „Ethosie”, „Łódzkich Studiach Teologicznych” oraz „Paedagogia Christiana”⁷. Cennym źródłem są również: monografie *Media a postawy*, *Mity i obrazy* oraz podręcznik *Pedagogika mass mediów*⁸ oraz materiały z digitalizacji archiwum – Spuścizny naukowej biskupa Adama Lepy⁹.

Posłużono się analizą krytyczną, metodą badawczą stosowaną do prac naukowych i badań innych naukowców¹⁰. Celem jest ustalenie głównych założeń teorii manipulacji medialnej biskupa Adama Lepy. Postawiono dwa pytania badawcze:

- 1) Jakie techniki manipulacji medialnej dostrzega biskup Adam Lepa?
- 2) Jak przez edukację medialną możemy przeciwdziałać manipulacji w mediach według biskupa Adama Lepy?

⁶ A. Lepa, *Świat manipulacji*, Częstochowa 1997.

⁷ Tenże, *Manipulowanie człowiekiem jako problem współczesnej pedagogii*, „Ethos” 1 (1992), nr 17, s. 77–87; tenże, *Media – czwarta władza, czy służba człowiekowi?*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 9 (2000), nr 1, s. 171–180; tenże, *Obszary „dialogu przez media”*, „Paedagogia Christiana” 25 (2010), nr 1, s. 193–210.

⁸ Tenże, *Media a postawy*, Łódź 2001; tenże, *Mity i obrazy*, Łódź 1999; tenże, *Pedagogika mass mediów*, Łódź 2000.

⁹ Archiwum Archidiecezjalne w Łodzi, Zesp. Spuścizna naukowa bpa A. Lepy, Sygn. SPNBAL 2/8, Dlaczego ulegamy manipulacji, b.d.; Tamże, Zesp. Spuścizna naukowa bpa A. Lepy, Sygn. SPNBAL 4/69, Prawda w manipulacjach hejterów, b.d.

¹⁰ S. Cisek, *Metoda analizy i krytyki piśmiennictwa w nauce o informacji i bibliotekoznawstwie w XXI wieku*, „Przegląd Biblioteczny” 78 (2010), nr 3, s. 273–284.

3. Techniki manipulacji medialnej według biskupa Adama Lepy

Adam Lepa, wskazując na konkretne techniki manipulacji medialnej, przede wszystkim zastanawia się nad istotą tego zjawiska. Manipulację definiuje jako

celowe i skryte działanie, przez które narzuca się jednostce lub grupie ludzi fałszywy obraz pewnej rzeczywistości. Ten zniekształcony obraz nie odnosi się do całej rzeczywistości, przekraczałoby to możliwości dysponentów i realizatorów manipulacji. Przedmiotem działań manipulatorskich staje się zawsze jakiś wycinek otaczającej człowieka rzeczywistości¹¹.

W tym krótkim fragmencie monografii *Świat manipulacji* (wydanie drugie z 1997 roku), będącej studium ukrytego oddziaływania mediów na człowieka, odnajdujemy sedno problemu. To zniekształcanie obrazu rzeczywistości. Media z natury nie są rzeczywistością, ale pewnym jej obrazem. Celem przekazów informacyjnych ma być jednak zbliżanie tego obrazu do prawdy o rzeczywistości, celem publicystyki – sprawianie, żeby stawał się pomocą w zrozumieniu świata. Manipulacja medialna jest przeciwieństwem tych działań, antynomią informacji i publicznego dyskursu. Przyjmuje postać logiczną, ale prowadzi do fałszywych konstrukcji rzeczywistości. Nie całej jednak, ale zawsze jakiegoś jej fragmentu, jakiejś części uniwersum. Istotną cechą manipulacji jest również „niedostrzegalność” jej stosowania w odbiorze przez audytorium medialne. Lepa podkreśla, że

narzucanie fałszywego obrazu świata, a zatem nieprawdziwych informacji o samym człowieku, będącym przedmiotem zabiegów manipulacyjnych, o świecie, w którym on żyje, oraz o uwarunkowaniach jego egzystencji, stanowi istotę manipulacji. Niejako z natury manipulacji wynika też konieczność ukrywania jej rzeczywistych celów. [...] Warunkiem skutecznej manipulacji jest jej niedostrzegalność. Z kolei funkcjonowanie fałszywego obrazu świata w świadomości człowieka prowadzi do układu

¹¹ A. Lepa, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 23–24.

błędnego koła. Taki bowiem obraz świata przeczy stale istnieniu działań manipulatorskich, one same zaś utrwalają jego status i czynią go niepodważalnym¹².

Zastanawiając się na nad istotą manipulacji medialnej, biskup Lepa wskazuje na dwa kluczowe aspekty w rozumieniu tego zjawiska: antropologiczny i epistemologiczny. Chodzi o człowieka i prawdę o rzeczywistości, nie tyle jednak pojmowanych jako ważne społecznie kwestie etyczne, choć „każdy rodzaj manipulowania człowiekiem jest czynem niemoralnym”¹³, ile jako fundamentalne pytania o istotę rzeczy i możliwości jej poznania. Sam proces manipulacji dokonuje się w komunikacji społecznej, w tworzeniu znaczeń kulturowych (semiozie), destrukcyjnie wpływając zarówno na manipulowanego, jak i samego manipulanta:

W manipulacji zatem człowiek od samego początku kieruje się obmyślanym zamiarem zafalszowania obrazu pewnej rzeczywistości w świadomości drugiego człowieka. [...] Celem i zarazem ofiarą staje się człowiek. [...] Zakres zła moralnego, będącego produktem działań manipulatorskich, uzależniony jest w dużej mierze od przyjmowanej przez ich dysponentów koncepcji człowieka¹⁴.

Lepa, omawiając te kwestie na gruncie antropologii, wskazuje również na interesującą typologię manipulacji: „Ze względu na osobę manipulatora (w relacji: podmiot–przedmiot manipulowania) należy wskazać na manipulację sobą (automanipulacja) oraz manipulację drugim człowiekiem albo grupą ludzi (heteromanipulacja)”¹⁵.

Tak postawiony problem manipulowania medialnego jako kwestii antropologicznej staje się wówczas bardziej zrozumiały jako zjawisko komunikacji społecznej. Celem przestaje być podmiotowość (własna, drugiego

¹² Tenże, *Manipulowanie człowiekiem jako problem współczesnej pedagogii*, dz. cyt., s. 78.

¹³ Tenże, *Pedagogika mass mediów*, dz. cyt., s. 113.

¹⁴ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 25, 28, 34.

¹⁵ Tamże, s. 43–44.

człowieka, społeczna), m.in. jako pewien ideał kulturowy i edukacyjny, a jego miejsce zastępuje „władza” nad człowiekiem:

Podczas gdy w wychowaniu idzie zawsze o kogoś, tj. o człowieka i jego osoby rozwój, to w manipulacji chodzi z reguły o coś, co zasadniczo istnieje poza człowiekiem i jego rzeczywistym dobrem, a czemu podporządkowane jest zdobywanie człowieka, zawładnięcie nim i dowolne dysponowanie. [...] Różnymi kanałami przenika manipulacja w głąb społeczeństwa: w uprawianej polityce, w prowadzonym handlu (reklama), w propagowanej modzie, a nawet w działalności oświatowej i edukacyjnej. Jednakże najbardziej skutecznym kanałem dla działań manipulatorskich są środki masowego przekazu¹⁶.

Lepa wskazuje w tym kontekście na zjawisko interakcji paraspołecznej, zafałszowanego procesu tworzenia znaczeń kulturowych (semiozy) poprzez komunikację:

Wprawdzie media skierowane są do masowej publiczności, jednak przesyłana treść jest tak skonstruowana, że odbiorca jest przekonany, iż stał się jednym z ich ważnych adresatów. Ponadto, daje znać o sobie, przede wszystkim w korzystaniu z telewizji, zjawisko interakcji paraspołecznej. Powstaje ona w następstwie braku bezpośredniego kontaktu z widzem. [...] Środkiem w osiągnięciu tego efektu jest empatia, którą reżyseruje się tak przekonująco, że odbiorca telewizji nie ma najmniejszych wątpliwości co do jej wiarygodności. Interakcja paraspołeczna praktykowana w telewizji jest dialogiem pozornym. Z czasem może się stać wyrafinowaną postacią manipulacji¹⁷.

Oprócz omawianego aspektu antropologicznego Lepa wskazuje na nie mniej istotny aspekt epistemologiczny manipulacji medialnej, czyli kwestię odkrywania prawdy o rzeczywistości, będącą jednocześnie zagadnieniem etyki mediów, choć wykraczającym poza sam temat odpowiedzialności za tworzenie i odbiór przekazów. „Mass media zdolne są do wykreowania

¹⁶ Tenże, *Manipulowanie człowiekiem jako problem współczesnej pedagogii*, dz. cyt., s. 77.

¹⁷ Tenże, *Obszary „dialogu przez media”*, dz. cyt., 195.

nowej rzeczywistości. Tę cechę trafnie ukazała Instrukcja duszpasterska *Aetatis novae* w lapidarnym wręcz zdaniu: «Dla wielu rzeczywistością jest to, co środki przekazu uznają za rzeczywiste; wszystko, czemu nie poświęcają uwagi, wydaje się pozbawione znaczenia» (AN, nr 4)¹⁸. Rezygnacja z dążenia do odkrywania prawdy o rzeczywistości nie prowadzi do jej unicestwienia, ale do czynienia nieważną dla poznania, co stoi w sprzeczności z celami nie tylko mediów jako środków odkrywania i rozumienia świata, ale także kultury, nauki i edukacji. To również zaprzeczenie istoty zawodu dziennikarza, na co szczególnie wskazuje biskup Lepa. Stąd postuluje

wystrzeżenie się jakiegokolwiek manipulacji prawdą. Każda manipulacja jest przejawem zakłamania, a więc lekceważy prawdę. Jest również krzywdą wyrządzaną człowiekowi, który ufa swoim mediom i nawet nie domyśla się z ich strony działań manipulatorskich. Dziennikarz, który chce być człowiekiem prawdy, nie tylko sam nie manipuluje, ale również czyni wszystko, aby w jego gazecie, radiu czy telewizji również nie manipulowano¹⁹.

Tak przedstawiona kwestia manipulacji jako problemu człowieka i prawdy o rzeczywistości prowadzi do pytań o konkretne techniki stosowane w ukrytym oddziaływaniu mediów. W *Świecie manipulacji* biskup Adam Lepa wskazuje na sześć takich mechanizmów:

Są to: technika fragmentacji, natychmiastowości w informowaniu, ingracji, manipulacji za pośrednictwem cliché, sugestii i techniki oddziaływania na podświadomość. W książce celowo używa się terminu „technika”, a nie „metoda” ponieważ termin „technika” odpowiada najbardziej terminowi „mechanizm manipulacji”, który w dużym stopniu oddaje naturę działań manipulatorskich²⁰.

¹⁸ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 94–95; Papieska Rada ds. Środków Społecznego Przekazu, Instrukcja duszpasterska o przekazie społecznym w dwudziestą rocznicę ogłoszenia *Instrukcji Communio et progressio „Aetatis novae”* (22 lutego 1992), Watykan 1992, nr 4.

¹⁹ Tenże, *Media – czwarta władza, czy służba człowiekowi?*, dz. cyt., s. 179.

²⁰ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 70–71.

Pierwszą z wymienionych jest fragmentacja:

Jest to technika, która uniemożliwia człowiekowi pełny odbiór rzeczywistości. Zniekształcenie obrazu rzeczywistości, do jakiego prowadzi fragmentacja powstaje w następstwie „punktowego”, a więc wybiórczego jej ukazywania. Często pomija się wtedy najważniejszy wymiar prezentowanego przedmiotu. [...] Technikę fragmentacji stosuje w znacznym zakresie reklama. Wybrane walory danego produktu są tak eksponowane, że przesłaniają jego słabe strony. Również na drodze manipulatorskiej fragmentacji ukazuje się w mass mediach wartości chrześcijańskie, ograniczając się celowo do niektórych tylko; głównie w tym celu, aby wzbudzić w społeczeństwie uprzedzenia i niechęci do wszystkich wartości. [...] Permanentne stosowanie techniki fragmentacji w mass mediach prowadzi do powszechnej dezorientacji społeczeństwa w sprawach bardzo ważnych, np. w dziedzinie wiedzy historycznej, w polityce, w obrazie własnego narodu itp.²¹

Istotą tej techniki jest błąd logiczny i zabieg retoryczny określany jako *pars pro toto* (łac. część za całość). O ile w mowie potocznej zastąpienie nazwy przedmiotu przez nazwę jego części, np. stwierdzenie „własny kąt” zamiast „własny dom”, nie budzi wątpliwości, o tyle przypisywanie całości własności przysługujących tylko jej części już tak. Fragmentacja wówczas staje się techniką manipulacji, kiedy stosujemy ją poza wspólnym kodem kulturowym, poza umowną i zrozumiałą dla uczestników komunikacją konwencją znaczeń, np. w hipotetycznej sytuacji, w której ktoś nie rozumie przenośnego użycia „kąta” w przywołanym powiedzeniu.

Drugą z omawianych przez Adama Lepę technik manipulacji jest natychmiastowość w informowaniu:

Z samej nazwy nie wynika jakikolwiek związek tej techniki z manipulowaniem ludźmi. Funkcjonuje ona w oparciu o kardynalną zasadę dziennikarstwa, która głosi, że informację trzeba przekazywać nie tylko szybko, ale coraz szybciej. Z tym wiąże się rosnąca wielość informacji oraz potęgująca się

²¹ Tamże, s. 71–73.

częstotliwość przekazywania. [...] Technika natychmiastowości w informowaniu dlatego jest skuteczna i funkcjonalna w działaniach manipulatorskich, ponieważ zdolna jest doprowadzić do trzech następujących rezultatów. 1) Błyskawiczność w przekazywaniu informacji wzmacnia siłę niektórych (wyselekcjonowanych!) wiadomości. Przekazywanie informacji „na żywo”, „z ostatniej chwili”. [...] 2) Natychmiastowe przekazywanie coraz to nowych informacji dezaktualizuje automatycznie inne informacje, które mogą być niewygodne, czy wręcz szkodliwe dla danego ośrodka informacyjnego. [...] 3) Informacje przekazywane błyskawicznie (i permanentnie!) siłą rzeczy powodują u odbiorców mediów obniżenie stopnia wrażliwości, np. na określony obszar wartości (duchowych, moralnych, czy najogólniej – chrześcijańskich)²².

Istotą tej techniki jest celowe stosowanie hierarchii ważności informacyjnej, bliskie podejściu teorii medioznawczej *agenda-setting*, w ramach której prowadzi się badania rangi informacji w mediach. W idealnym rozumieniu dziennikarstwa informacyjnego kolejność wiadomości powinna odpowiadać ważności aktualnych wydarzeń z kraju i ze świata, zmierzać do obiektywizmu, czyli zgodności przekazu z rzeczywistością, co jest synonimem klasycznej, arystotelesowskiej definicji prawdy. W praktyce staje się narzędziem kreowania obrazu rzeczywistości, zgodnie z podejściem *media bias*, założonej stronniczości mediów.

Trzecia omawiana technika to ingrაცjacja:

Specyfika tej techniki sprawia, że występuje ona przede wszystkim na obszarze małej manipulacji, w sferze stosunków międzyludzkich. Konstrukcja ingrაცjacji oparta jest na dwóch podstawowych działaniach. Jednym z nich jest „zaskarwienie sobie łask” u adresata manipulacji, zdobycie pełnej akceptacji i uznania, zapewnienie w stosunku do siebie uczuć pozytywnych (sympatii, życzliwości, miłości), wyjednywanie tak zwanych względów. Drugie działanie, skorelowane z pierwszym, polega na zwiększaniu własnej atrakcyjności i pociągającego image’u, aby obudzić w manipulowanym partnerze pozytywny stosunek do siebie, a nawet korzystne i pożądane postawy. Za takim

²² Tamże, s. 73–75.

działaniem kryje się konkretny cel ingractora (tj. osoby podejmującej czynności ingraccji), odpowiednio kamuflowany. Ten cel jest identyczny z jego osobistym interesem, albo z dobrem ugrupowania, które on reprezentuje²³.

Ingraccja jako tworzenie pozytywnego wizerunku własnej osoby w otoczeniu społecznym, czy też wizerunku instytucji lub przedsiębiorstwa jak w *public relations*, nie wydaje się budzić wątpliwości o tyle, o ile wizerunek ten jest zgodny z prawdą o rzeczywistości danej osoby czy też innego podmiotu życia publicznego.

Czwartą z technik Lepa określa jako manipulację za pośrednictwem *cliché*:

Technika ta opiera się również na punktowym (wybiórczym) podejściu do pewnych treści (informacje, opinie, opis faktów). Jednakże ta fragmentacyjność dotyczy sądów wartościujących w odniesieniu do pewnych cech, zachowań, postaw, hierarchii wartości, itp. Termin *cliché* jest zapożyczony z dziedziny fotografii i w języku francuskim oznacza „kliszę negatywową”, albo po prostu „negatyw”. Samą technikę określa się jako „maskujące uproszczenie cech opisu”. Manipulacja za pośrednictwem *cliché* deformuje więc obraz osoby (albo instytucji), przedstawiając ją jedynie w kategorii negatywnej i przesłaniając jednocześnie jej cechy pozytywne²⁴.

Można powiedzieć, że *cliché* to odwrócenie ingraccji. Jest tworzeniem nieprawdziwego wizerunku osoby, np. przez podkreślanie jej słabości, lub też instytucji czy przedsiębiorstwa.

Piątą z technik opiera się na sugestii:

Szczególnie ważną rolę spełniają wtedy hasła. Sugestywność haseł jest miarą ich skuteczności. Jednocześnie w ich odbiorze liczy się stopień podatności człowieka na sugestię. Interesują nas hasła o treści ideologicznej, choć istnieje zawsze dominacja haseł o charakterze politycznym. Pierwsze z nich

²³ Tamże, s. 76–78.

²⁴ Tamże, s. 78–80.

nagłaśnia się we wszystkich liczących się mediach (prasa, radio, telewizja), ostatnio ich nośnikiem stały się również megaplakaty, które na wielkich arteriach miast i na ruchliwych placach swoją linią, kolorem i sugestywnym tekstem przykuwają uwagę przechodniów. [...] W obrębie stosunków międzyludzkich sugestia staje się impulsem popychającym jednostkę do zachowania się zgodnego z jej treścią²⁵.

O ile wywieranie wpływu na myśli, przekonania, zachowania drugiej osoby lub całej grupy, czyli perswazja lub też aluzja, nie budzi wątpliwości, o tyle brak świadomości stosowania względem kogoś takiego zabiegu czyni z sugestii technikę manipulacyjną.

Szósta z wymienionych przez biskupa Adama Lepę technika – właściwie grupa technik – dotyczy manipulowania podświadomością. Jego zdaniem są one najbardziej groźne dla osobowości człowieka:

Używa się do tego celu technik „bombardujących” podświadomość w założeniu, że wprawdzie jest to droga działania okrężnego, to jednak zapewnia takiej postaci manipulacji największą skuteczność i gwarantuje jej całkowitą skrytość działań. [...] Dysponenci takiej manipulacji wykorzystują tzw. próg absolutny w funkcjonowaniu danego zmysłu, np. słuchu albo wzroku. Ten próg absolutny stanowi określone minimum pobudzenia, jakie przyjmuje organ zmysłowy, aby mogło dojść do doznania zmysłowego²⁶.

Niebezpieczeństwo tych technik opiera się na celowym omijaniu świadomości, w celu wywołania określonego wpływu. Trwa także dyskurs naukowy na temat reklamy subliminalnej czy też *primingu*, polegających na nieświadomym oddziaływaniu na procesy poznawcze i emocjonalne odbiorcy, tak aby kształtować jego postawy, decyzje lub zachowania bez pełnej refleksji i kontroli ze strony podmiotu. Celem powyższego studium była próba odpowiedzi na pytanie: jakie techniki manipulacji medialnej dostrzega biskup Adam Lepa? Poprzedziliśmy je dociekaniem na temat istoty

²⁵ Tamże, s. 80–83.

²⁶ Tamże, s. 83–86.

manipulacji, jej antropologicznych i epistemologicznych aspektów. Manipulacja medialna jest przede wszystkim pytaniem o człowieka i możliwość poznania prawdy o rzeczywistości.

4. Edukacja medialna a przeciwdziałanie manipulacji w mediach

Biskup Adam Lepa nie pozostawia tematu manipulacji medialnej bez próby udzielenia odpowiedzi na pytanie: w jaki sposób można jej przeciwdziałać? Wskazuje na edukację jako formę zdobywania wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych. Już samo poznawanie technik manipulacji medialnej – a więc wiedza – może przyczynić się do większej świadomości audytoriów w tym zakresie.

Na temat celów wychowania do mass mediów wypowiadają się pedagodzy – praktycy. Problem ten stawiają wtedy w postaci konkretnych pytań, które odnoszą się do niepokojących zjawisk związanych z funkcjonowaniem mediów. Niektóre z nich można sformułować następująco: [...] W jaki sposób przeciwdziałać manipulacji występującej w mediach?²⁷

– zastanawia się biskup Adam Lepa. Jego zdaniem

istnieje realna możliwość uniknięcia przykrych skutków ze strony działań manipulatorskich. Wymaga to jednak pewnych zabiegów ze strony nauczycieli i wychowawców, a także przyjmowania określonych postaw i wysiłków przez osoby, które stały się (czy mogą się stać) przedmiotem manipulacji. Takie postawy jak krytycyzm wobec doświadczanych zjawisk, wnikliwe obserwowanie otaczającej rzeczywistości czy stałe pogłębianie wiedzy o najważniejszych mechanizmach mediów masowych mogą ochronić człowieka przed groźnymi skutkami manipulowania²⁸.

²⁷ Tenże, *Pedagogika mass mediów*, dz. cyt., s. 96.

²⁸ Tenże, *Manipulowanie człowiekiem jako problem współczesnej pedagogii*, dz. cyt., s. 86.

Dostrzega również pewną rolę nie tylko edukatorów, ale także dziennikarzy i medioznawców w przeciwdziałaniu manipulacji medialnej. „Manipulacja przestaje być zagrożeniem dla człowieka, gdy zostaje ujawniona, nazwana i nagłośniona. Dziennikarze (...) powinni ujawniać działania manipulatorskie. Niech potrafią także mówić o nich jasno i przekonująco”²⁹. Edukacja medialna – zarówno formalna i nieformalna, czyli realizowana przez nauczycieli i nauczycieli akademickich, ale także pracowników mediów – jest zdaniem Lepy najwłaściwszą drogą przeciwdziałania manipulacji. To jednak

trudny problem pedagogiczny. Stanowi przecież wpływy wysoce konkurencyjne dla oddziaływań wychowawczych i tym bardziej niebezpieczne dla pedagogii, że są realizowane skrycie a więc poza kontrolą opinii społecznej i oddziałują destruktywnie na osobowość człowieka. [...] Dlatego w pedagogii wszystkich typów powinno się uwzględnić fakt manipulacji, będącej zagrożeniem dla osobowego rozwoju człowieka. [...] Jednym z liczących się zadań współczesnej pedagogiki powinno być wyraźne konsekwentne wskazywanie na zagrożenie osobowości, jakie pociągają za sobą działania manipulatorskie³⁰.

Również dla badaczy akademickich istnieje wiele możliwości prowadzenia projektów naukowych. Można podać przykład analizy semiotycznej jako formy edukacji medialnej i filmowej, w odniesieniu do przekazów wizualnych i audiowizualnych³¹. Metoda służy rozpoznawaniu funkcjonujących w kulturze i społeczeństwie ukrytych mitów i ideologii. Zdaniem Lepy

mity społeczne spełniają ważne funkcje w życiu jednostki i narodu. Zdolne są prowadzić do integracji społeczeństwa, bronią przed zagrożeniami i przyczyniają się do utrzymania stabilności kulturowej. [...] Z kolei mity konstruowane w celach propagandowych prowadzą często do dezintegracji

²⁹ Tenże, *Mity i obrazy*, dz. cyt., s. 69.

³⁰ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 16, 33, 175.

³¹ P. Drzewiecki, *Analiza semiotyczna w edukacji medialnej i filmowej*, w: *Teksty i preteksty. Edukacyjna przestrzeń obrazu*, red. J. Pacuła, Bielsko-Biała 2016, s. 22–29.

społeczeństwa, a także wywołują chaos i konflikty społeczne. Nieprzypadkowo przecież mit stanowi jeden z podstawowych środków manipulacji³².

Biskup Lepa nie ogranicza się jedynie do postulatów edukacyjnych. Odpowiedź na pytanie o formę przeciwdziałania manipulacji odnajdujemy w jego teorii postaw medialnych. Przez postawę rozumie „względnie trwałe, pozytywne lub negatywne ustosunkowanie się człowieka do konkretnego przedmiotu, np.: osoby, idei, rzeczy, zjawiska, angażujące w nim intelekt, wolę, uczucia i aktywność”³³. Pojęcie to stosuje do oceny wiedzy, umiejętności i kompetencji medialnych audytoriów. Jego zdaniem

wszystkie postawy odbiorców w stosunku do mediów klasyfikuje się najczęściej w odniesieniu do dwóch kategorii – ze względu na kierunek postawy oraz na rodzaj wpływu wywieranego przez media na jednostkę. [...] Ze względu na kierunek postawy wyróżnia się: postawę pozytywną, postawę negatywną i postawę obojętną. [...] Wyróżnia się również postawy wobec mediów ze względu na wpływ, jaki wywierają one na swoich odbiorców. W związku z tym wymienia się postawę odporności, postawę uległości i postawę aktywności³⁴.

Tworząc ten wyjątkowy katalog postaw medialnych, Adam Lepa wskazuje na problem manipulacji, m.in. omawiając podejścia zarówno negatywne: uległość, zgodę na manipulację sobą, konsumizm medialny, uzależnienie od mediów, postawę „propagandysty”, makiawelizm, jak i pozytywne: odporność, aktywność, krytycyzm, służbę prawdzie, selektywny odbiór. Celem kształcenia postaw pozytywnych jest odnowa relacji międzyludzkich i przywracanie dialogu społecznego. Dlatego

równoległe z kształtowaniem wymienionych postaw wychowawca powinien pomóc młodemu człowiekowi w uwolnieniu z postaw negatywnych, jeżeli stały się one rezultatem niewłaściwego odbioru mediów. [...] Uzależnienie od mediów skutkuje negatywnie w sferze relacji społecznych, a także

³² A. Lepa, *Mity i obrazy*, dz. cyt., s. 9.

³³ Tenże, *Media a postawy*, dz. cyt., s. 10.

³⁴ Tamże, s. 29–30, 35.

w wypełnianiu obowiązków podstawowych (rodzinnych, zawodowych, szkolnych, religijnych). W dużym stopniu postawa ta blokuje dialog z innymi osobami. Z kolei postawa makiawelizmu polega na stałej tendencji w jednostce do manipulowania drugim człowiekiem. Również i ta postawa utrudnia, a nawet niweczy, dialog międzyludzki³⁵.

W wyżej wymienionych postawach medialnych, zarówno negatywnych, jak i pozytywnych, Lepa zawarł również wskazówki odnoszące się do problemu manipulacji.

I tak – w odniesieniu do podejść negatywnych – omawiając postawę uległości, zauważa, że „jednostka z tą postawą stosunkowo łatwo ulega treściom o charakterze propagandowym i manipulatorskim, które podają media”³⁶. Nie mniej problematyczna jest postawa zgody na manipulację sobą (automanipulacji). Powstaje ona „wtedy, gdy szczególnie wyrafinowane techniki manipulacji doprowadzają do takich zmian strukturalnych w psychice człowieka, że on sam, niejako «na własny rachunek» dokonuje manipulacji w stosunku do siebie”³⁷. Również postawa konsumizmu medialnego niesie ze sobą ryzyko manipulacji. „Ponadto tacy odbiorcy mediów audiowizualnych stają się bardzo podatni na propagandę oraz na działania manipulatorskie przytępiony zmysł krytyczny i daleko idącą naiwność w odbiorze mediów”³⁸. Omawia również uzależnienie od mediów w kategorii postawy, która „sprawia, że jednostka nie jest w stanie oprzeć się ich wpływom. Łatwo też ulega treściom propagandowym i działaniom manipulatorskim, upowszechnianym przez media”³⁹. Dostrzega również postawę „propagandy”, zwłaszcza w środowisku pracowników medialnych. Jego zdaniem „dziennikarz z postawą «propagandy» chętnie i dość często sięga w swojej pracy po środki i techniki typowe dla działalności manipulatorskiej”⁴⁰. Wyjątkowo powiązaną z manipulacją medialną jest postawa makiawelizmu:

³⁵ Tenże, *Obszary „dialogu przez media”*, dz. cyt., s. 206.

³⁶ Tenże, *Media a postawy*, dz. cyt., s. 39.

³⁷ Tenże, *Pedagogika mass mediów*, dz. cyt., s. 167.

³⁸ Tenże, *Media a postawy*, dz. cyt., s. 91–92.

³⁹ Tamże, s. 85.

⁴⁰ Tamże, s. 61.

Makiaweliście towarzyszy chytrość i przebiegłość w działaniu. Dlatego stosowane przezeń środki i metody są z trudem wykrywane przez otoczenie. Wykazuje przy tym zdolności aktorskie, które przyczyniają się w dużej mierze do sukcesów w działaniach manipulatorskich. Makiawelista nie cieszy się w swoim środowisku sympatią. Ludzie z jego otoczenia domyślają się, że nie zawsze prowadzi on czystą grę [...]. On sam lekceważy tego rodzaju opinie, starając się jedynie, aby udoskonalić stosowane w manipulacji środki i metody⁴¹.

Edukacja medialna nie polega jednak na diagnozie postaw negatywnych, ale jest kształtowaniem pożądanych cech i kompetencji medialnych audytoriów. Biskup Lepa wymienia tutaj postawę odporności wobec mediów, którą „stwierdza się przede wszystkim wtedy, gdy jednostka nie przyjmuje [...] tych treści, które przekazywane są w działaniach manipulatorskich i w reklamie medialnej”⁴². Jest to przede wszystkim postawa aktywności wobec mediów, która „realizuje się [...] w postaci działań, które mają na celu wyeliminowanie z [mediów] takich zjawisk, jak prezentacja przemocy, pornografii, pochwały zła czy manipulacji człowiekiem”⁴³. Wtórą jej postawą krytyczną, w przeciwnym razie „brak zrozumienia liczących się zjawisk i wydarzeń sprawia, że jednostka ulega stosunkowo łatwo propagandzie i związanym z nią działaniom manipulatorskim. Stan taki prowadzi do bierności, a nawet do apatii społeczeństwa”⁴⁴. Taką postawą jest również selektywny odbiór. W jej kształtowaniu „powinno się wyjaśnić i przybliżyć te zjawiska, które w mediach przyczyniają się do osłabienia woli ich odbiorców. Są to np.: sensacja, ekscytowanie ruchem i barwami, stosowanie technik manipulatorskich itp.”⁴⁵. Wyjątkową postawą jest służba prawdzie, przede wszystkim odnoszona do kwalifikacji i kompetencji dziennikarskich: „Z tą postawą idzie w parze duża wrażliwość dziennikarza na różne formy manipulacji – politycznej, ideologicznej, handlowej, naukowej itp.”⁴⁶.

⁴¹ Tamże, s. 95.

⁴² Tamże, s. 37.

⁴³ Tamże, s. 41.

⁴⁴ Tamże, s. 110.

⁴⁵ Tamże, s. 120.

⁴⁶ Tamże, s. 49.

Studium podjęło próbę odpowiedzi na pytanie: jak przez edukację medialną możemy przeciwdziałać manipulacji w mediach według biskupa Adama Lepy? Dostrzeżliśmy, że edukacja, zarówno formalna i nieformalna, czyli realizowana zarówno przez nauczycieli, nauczycieli akademickich, jak i dziennikarzy stanowi kluczową metodę społecznego sprzeciwu wobec manipulacji. Już samo poznawanie technik manipulacji stanowi pewien punkt wyjścia do zwiększania świadomości audytoriów w tym zakresie. Istotne są również umiejętności i kompetencje społeczne w obserwacji, analizie i interpretacji przekazów medialnych, mogących zawierać treści manipulatorskie. Lepa proponuje tutaj kształtowanie pozytywnych postaw wobec mediów. Wskazuje również na podejścia negatywne, wynikające głównie z bierności odbiorców przekazów medialnych.

5. Wnioski

Studując i badając teorię manipulacji medialnej biskupa Adama Lepy, można wskazać na kilka jej istotnych, a także wyjątkowych cech.

Przede wszystkim Lepa postrzega problem manipulacji nie tyle jako technikę wywierania wpływu, ile kluczową kwestię antropologiczną i epistemologiczną, dotyczącą człowieka i możliwości poznania prawdy o rzeczywistości. Dociekając istoty manipulacji, zauważamy jej przejawy w komunikacji społecznej i medialnej, rozumiemy konkretne techniki manipulatorskie.

W dalszej kolejności Lepa, zauważając, że zjawisko manipulacji medialnej domaga się skutecznej odpowiedzi społecznej, podpowiada edukację, zarówno formalną, jak i nieformalną, jako właściwą metodę przeciwdziałania. Postuluje zaangażowanie nauczycieli, nauczycieli akademickich oraz badaczy mediów w uświadamianiu audytoriom istoty manipulacji i stosowanych technik manipulowania człowiekiem.

W trzeciej kolejności należy zaznaczyć, że problematykę manipulacji i edukacji medialnej biskup Adam Lepa łączy z teorią postaw medialnych. Wskazuje na negatywne, jak i pozytywne podejście. Bierność audytoriów przyczynia się do rozwoju zjawisk manipulacyjnych w komunikacji społecznej i medialnej. Postawy, m.in.: aktywna, krytyczna i selektywna, pozwalają użytkownikom i odbiorcom przekazów medialnych nie tyle stawać się mniej podatnym na manipulację, ile być bardziej świadomym podmiotem życia społecznego.

Biogram

Piotr Drzewiecki – dr hab., medioznawca, edukator medialny, dziennikarz, profesor uczelni na Uniwersytecie Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie, wykładowca w Wyższej Szkole Kształcenia Zawodowego we Wrocławiu, [instagram.com/piotr.jozef.drzewiecki/](https://www.instagram.com/piotr.jozef.drzewiecki/)

Streszczenie

Celem artykułu jest studium i badanie teorii manipulacji oraz teorii postaw medialnych biskupa Adama Lepy jako oryginalnej koncepcji edukacyjno-medialnej w przeciwdziałaniu technikom ukrytego wywierania wpływu na audytoria. Prace prowadzono metodą analizy i krytyki piśmiennictwa, opierając się głównie na monografiach *Świat manipulacji* z 1997 roku oraz *Media a postawy* z 2001 roku. Wskazano na manipulację nie tyle jako technikę, ile kluczową kwestię antropologiczną i epistemologiczną w komunikacji społecznej i medialnej. Podkreślono znaczenie kształtowania postaw aktywnej, krytycznej i selektywnej audytoriów w tym zakresie.

Słowa kluczowe: manipulacja w mediach, techniki manipulacji, postawy medialne, edukacja medialna

Summary

The purpose of this article is to study and research the manipulation theory and media attitudes theory of Bishop Adam Lepa as an original educational and media concept in countering the techniques of covert influence on the audience. The work was carried out by the method of analysis and criticism of the literature, mainly relying on the monographs *The World of Manipulation* in 1997 and *Media and Attitudes* in 2001. Manipulation was pointed out not so much as a technique, but as a key anthropological and epistemological issue in social and media communication. The importance of forming active, critical and selective attitudes of audiences in this regard was emphasized.

Keywords: media manipulation, manipulation techniques, media attitudes, media education

Bibliografia

- Archiwum Archidiecezjalne w Łodzi, Zesp. Spuścizna naukowa bpa A. Lepy, Sygn. SPNBAL 2/8, Dlaczego ulegamy manipulacji, b.d.
- Archiwum Archidiecezjalne w Łodzi, Zesp. Spuścizna naukowa bpa A. Lepy, Sygn. SPNBAL 4/69, Prawda w manipulacjach hejterów, b.d.
- Cisek S., *Metoda analizy i krytyki piśmiennictwa w nauce o informacji i bibliotekoznawstwie w XXI wieku*, „Przegląd Biblioteczny” 78 (2010), nr 3, s. 273–284.
- Drzewiecki P., *Analiza semiotyczna w edukacji medialnej i filmowej*, w: *Teksty i preteksty. Edukacyjna przestrzeń obrazu*, red. J. Pacuła, Bielsko-Biała 2016, s. 22–29.
- Góraleczko N. J., *Wybrane mechanizmy manipulacji wykorzystane przy Kampanii Prezydenckiej w 2020 r. w Polsce*, „Dyskurs & Dialog” 2021, nr 2, s. 79–106.
- Gruner G., *Metafora i metonimia konceptualna jako narzędzia perswazji i manipulacji*, „Językoznawstwo” 20 (2024), nr 1, s. 109–127.
- Lepa A., *Manipulowanie człowiekiem jako problem współczesnej pedagogii*, „Ethos” (1) 1992, nr 17, s. 77–87.
- Lepa A., *Media a postawy*, Łódź 2001.
- Lepa A., *Media – czwarta władza, czy służba człowiekowi?*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 9 (2000), nr 1, s. 171–180.
- Lepa A., *Mity i obrazy*, Łódź 1999.
- Lepa A., *Obszary „dialogu przez media”*, „Paedagogia Christiana” 25 (2010), nr 1, s. 193–210.
- Lepa A., *Pedagogika mass mediów*, Łódź 2000.
- Lepa A., *Świat manipulacji*, Częstochowa 1997.
- Mateja M., *Nie taki diabeł straszny, jak go (w telewizji) malują? Dehumanizacja jako narzędzie dyskredytacji przeciwnika politycznego na przykładzie Donalda Tuska*, „Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska. Sectio K” 30 (2023), nr 2, s. 127–143.
- Okoniewski M., *Media społecznościowe jako narzędzie wywierania wpływu*, „Człowiek w Kulturze” 31 (2021), nr 1, s. 110–124.
- Papieska Rada ds. Środków Społecznego Przekazu, Instrukcja duszpasterska o przekazie społecznym w dwudziestą rocznicę ogłoszenia Instrukcji *Communio et progressio „Aetatis novae”* (22 lutego 1992), Watykan 1992.
- Szymańska N., *Dezinformacja jako narzędzie manipulacji medialnej*, „Roczniki Studenckie Akademii Wojsk Lądowych” 2023, nr 7, s. 39–49.

Manipulacja w mediach według publikacji biskupa Adama Lepy (1939–2022)

Wstęp

Manipulacja jest zjawiskiem powszechnym, występującym w relacjach międzyludzkich¹. Czym jest? Jakie są jej rodzaje oraz mechanizmy funkcjonowania? Co chce osiągnąć? Do jakich prowadzi skutków? Dlaczego stanowi wyzwanie dla pedagogiki? W jaki sposób można przeciwdziałać temu zjawisku? To pytania, które stawia i próbuje na nie odpowiedzieć w swoich publikacjach, zwłaszcza w kontekście funkcjonowania mediów, biskup Adam Lepy. Jego teksty poświęcone zagadnieniu manipulacji pozostają wciąż aktualne, mimo zmieniających się warunków społeczno-kulturowych, ekonomicznych czy politycznych.

¹ A. Lepy, *Jak się przeciwstawiać manipulacji w mass mediach?*, „Wiadomości Archidiecezjalne Łódzkie” 1995, nr 7–8, s. 290; zob. tenże, *Manipulowanie człowiekiem jako problem współczesnej pedagogii*, „Ethos” 5 (1992), nr 1, s. 77; tenże, *Przeciwstawiać się manipulacji*, „Ład” 10 (1992), nr 34, s. 1.

Manipulacja, szczególnie w postaci rozbudowanych systemów, prowadzi do spustoszenia w osobowości człowieka oraz nieprawidłowości w podstawowych strukturach społeczeństwa. Przełom XX i XXI wieku można określić czasem rozwijającej się na szeroką skalę manipulacji².

Cel artykułu stanowi ukazanie manipulacji w świetle publikacji biskupa Lepy, z jej istotnymi problemami, jakie wynikają dla osobowego rozwoju człowieka, wychowania, Kościoła, który dostrzega w tym zjawisku podstaw laicyzacji jednostek i społeczeństw, a także zagrożenie dla dzieła ewangelizacji³.

Przedmiotem działań manipulacyjnych stają się: katolicyzm jako religia, doktryna katolicka, sami katolicy (kapłani i osoby świeckie). Odpowiednio do tego następuje atak na chrześcijaństwo z jego wartościami, kulturą, działalnością ewangelizacyjną. Prowadzi to ostatecznie do zniekształcenia obrazu religii, jej istoty, sensu i znaczenia w życiu jednostki i społeczeństwa⁴.

Wykorzystywanie manipulacji do rozmaitych form laicyzacji jest nie tylko problemem Kościoła katolickiego, ale trzeba je traktować jako historyczne wyzwanie dla wszystkich wspólnot religijnych i każdego wierzącego⁵. Manipulację należy również uznać za wyzwanie pedagogiczne, ponieważ stanowi konkurencyjne podejście do procesu wychowania. Zagroza samej pedagogice, gdyż realizuje ukryte cele poza kontrolą opinii społecznej i wpływa destrukcyjnie na osobowość człowieka⁶.

Pojęcie manipulacji

Manipulacja (łac. *manipulatio* ‘manewr, fortel, podstęp’) to celowe i ukryte działanie, przez które narzuca się jednostce lub grupie ludzi fałszywy obraz pewnej rzeczywistości. Zniekształcony wizerunek nie odnosi się do całości

² Tenże, *Świat manipulacji*, Częstochowa 1997, s. 6–7.

³ Tamże, s. 14; zob. tenże, *Katecheta i świat manipulacji*, „Katecheta” 39 (1995), nr 2, s. 65, 69.

⁴ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 15.

⁵ Tamże, s. 15–16.

⁶ Tamże, s. 16.

rzeczywistości, lecz jej fragmentu. Wskutek tego procesu następuje utrwalenie wypaczonego obrazu⁷.

W każdej manipulacji występują dwie cechy: planowość i skrytość. W pierwszej kolejności manipulacja musi być odpowiednio zaplanowana. O działaniu manipulacyjnym decyduje intencja, która mu towarzyszy. Stosujący manipulację od samego początku kieruje się zamiarem fałszowania obrazu pewnej rzeczywistości w świadomości drugiego człowieka lub grupy ludzi dla własnej korzyści⁸.

Aktywność manipulacyjna na szeroką skalę zakłada pracę zespołu profesjonalistów, którzy stosują nie tylko nowe i coraz doskonalsze techniki, ale wymyślają przede wszystkim całą strategię działań zapewniających skuteczność manipulacji. Odpowiednie przygotowanie oraz dobór właściwych metod i środków decyduje o powodzeniu ich działań⁹. W manipulacji, która funkcjonuje na płaszczyźnie relacji międzyludzkich, zaplanowany wymiar ogranicza się do sposobu wypowiedzi skierowanej pod adresem rozmówcy.

Działania manipulacyjne są ukryte. Właściwość ta dotyczy celów, jakie chcą osiągnąć manipulatorzy, oraz środków stosowanych w tego rodzaju aktywności. Cecha skrytości decyduje o skuteczności manipulacji. Powoduje, że adresat nie potrafi jej odkryć w swoim środowisku, szczególnie zaś nie widzi jej mechanizmów. Największą jednak trudność sprawia uzyskanie orientacji

⁷ Tamże, s. 23–24; zob. tenże, *Anatomia manipulowania*, „Niedziela” 33 (1990), nr 46, s. 1; tenże, *Przeciwstawiać się manipulacji*, dz. cyt., s. 1; tenże, *Mentalność zmanipulowana?*, „Nasz Dziennik” 1994, nr 49, s. 6; tenże, *Jak się przeciwstawiać manipulacji w mass mediach?*, dz. cyt., s. 291; tenże, *Katecheta i świat manipulacji*, s. 65; tenże, *Manipulacja czy „pranie mózgu”?*, „Niedziela” 38 (1995), nr 13, s. 5; tenże, *Manipulacja w propagandzie antykościelnej i jej rzeczywiste cele*, „Wiadomości Archidiecezjalne Łódzkie” 1995, nr 6, s. 247; tenże, *Pedagogika katolicka wobec manipulacji w mass mediach*, „Wiadomości Archidiecezjalne Łódzkie” 1995, nr 11, s. 483–484; tenże, *Manipulacja*, w: *Encyklopedia „Białych Płam”*, t. 11, red. A. Winiarczyk, Radom 2003, s. 256; tenże, *Manipulacja w propagandzie szeptanej a wychowanie*, w: *Manipulacja – Media – Edukacja*, red. B. Siemieniecki, Toruń 2007, s. 228; tenże, *Słowo zmanipulowane*, „Nasz Dziennik” 2009, nr 33, s. 10; tenże, *Zmanipulować logosferę człowieka*, „Frona” 2010, nr 57, s. 63.

⁸ A. Lepa, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 24–25; zob. tenże, *Manipulacja. II. Aspekt społeczny. 1. W środkach masowego przekazu*, w: *Encyklopedia katolicka*, t. 11, red. E. Ziemann, R. Sawa i in., Lublin 2006, kol. 1158; tenże, *Słowo zmanipulowane*, dz. cyt., s. 10; tenże, *Zmanipulować logosferę człowieka*, dz. cyt., s. 63.

⁹ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 25–26.

odnośnie celów działań manipulacyjnych. Strzegą ich sami manipulatorzy, nadając własnej aktywności wymiar hermetyczny¹⁰.

W manipulacji istnieje mechanizm sprzężenia zwrotnego polegający na tym, że utrzymywana skrytość działań prowadzi do skutecznego fałszowania obrazu rzeczywistości. Ten fałszywy wizerunek staje się niezbędny dla utrwalenia manipulacji – eliminuje ze świadomości człowieka fakt istnienia działań manipulacyjnych¹¹.

W wypowiedziach autorów na temat manipulacji, zwłaszcza w publicystyce, występuje różne rozumienie tego terminu. Można mówić o manipulacji słowem, tekstem, informacją. Podstawę stanowi jednak zawsze manipulacja człowiekiem (jednostką) lub społeczeństwem (wspólnotą). Tak wygląda też jej natura: odpowiednie preparowanie materiału (słowa, obrazu, informacji). Manipulowanie nim staje się niezbędne, by manipulować samym człowiekiem. To pierwsza faza manipulacji, której celem i ofiarą jest człowiek¹².

Manipulacja – jako pojęcie niosące określoną treść – ma wydźwięk negatywny. Oznacza zjawisko złe z moralnego punktu widzenia. Jej najważniejszym elementem jest informacja. Do manipulowania informacją używa się słowa i obrazu¹³.

Słowo to uniwersalne i skuteczne w praktyce narzędzie wykorzystywane w manipulacji. Warto tu dodać, iż w stosunkach międzyludzkich manipulacja przebiega na płaszczyźnie języka mówionego. Pewne słowa, które w rzeczywistości stanowią dla człowieka zło, można tak preparować, aby wywołać wrażenie, że są dobrem. Tego typu zabiegi nazywają się manipulacją¹⁴. Powszechność słowa i skuteczność jego przekazu wzmacniają media, zwłaszcza: prasa, radio, telewizja, Internet. W taki sposób manipulacja przez słowo zapewnia większą siłę oddziaływania¹⁵.

¹⁰ Tamże, s. 26; zob. tenże, *Jak się przeciwstawiać manipulacji w mass mediach?*, dz. cyt., s. 291.

¹¹ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 27.

¹² Tamże, s. 27–28.

¹³ Tamże, s. 29.

¹⁴ Tamże, s. 29–30; zob. tenże, *Przeciwstawiać się manipulacji*, dz. cyt., s. 1; tenże, *Katecheta i świat manipulacji*, dz. cyt., s. 66; tenże, *Słowo zmanipulowane*, dz. cyt., s. 10; tenże, *Zmanipulować logosferę człowieka*, dz. cyt., s. 60.

¹⁵ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 30.

Fakt, iż słowo jest podstawowym tworzywem manipulacji, sprawia, że można mówić o manipulowaniu ludźmi na płaszczyźnie języka naturalnego. Stąd wyróżnia się manipulację w sensach szerszym i węższym. W ujęciu szerokim ma ona miejsce przez teksty i wówczas występuje pod postacią kłamstwa, kamuflażu, demagogii. W znaczeniu wąskim prowadzenie manipulacji umożliwiają określone cechy wyrazów czy struktury gramatycznej. Uwzględnia się wtedy cechy języka, które wprowadzają dobrą atmosferę podczas kontaktu z rozmówcą, ułatwiają zapamiętanie wypowiedzianych słów i ukazują ich piękno¹⁶.

Obok tej grupy zasobów językowych, istnieją również środki w obrębie języka, które pozwalają adresatowi odbierać je w sposób wieloznaczny, mętny, drogą skojarzeń, jakich oczekuje nadawca. Słowa budują ponadto większe całości wystąpień manipulacyjnych, jak: insynuacja, prowokacja, demagogia¹⁷.

Drugim fundamentem manipulacji stanowi obraz. Stosowane przez media nowoczesne techniki stwarzają duże możliwości do manipulowania przy pomocy obrazu. Współcześnie istnieje „cywilizacja obrazu”, „ikonosfera”, która dominuje nad rzeczywistością słowa¹⁸. Media audiowizualne traktuje się dziś jako nośniki manipulacji ze względu na przeważający w nich obraz. Wśród nich największą siłą oddziaływania ma film, przekazujący często fałszywą wizję świata – dlatego zasługuje na miano „krzywego zwierciadła” otaczającej rzeczywistości. Manipuluje odbiorcą oraz pełni funkcję mitotwórczą. Stąd też wykorzystanie nowych technik w montażu zapisanego słowa i obrazu zapewnia działaniom manipulacyjnym wielkie możliwości wpływu, zwłaszcza w ramach przekazów kierowanych do podświadomości człowieka¹⁹.

Przedstawione racje sprawiają, iż pedagodzy z dystansem podchodzą do obrazu w kulturze masowej, szczególnie wobec filmu. Sceptycznie oceniają wychowawczy aspekt emocji, które powstają wskutek obcowania z obrazem zapewnianym przez film²⁰.

¹⁶ Tamże, s. 30–31.

¹⁷ Tamże, s. 31.

¹⁸ Tamże.

¹⁹ Tamże, s. 31–32.

²⁰ Tamże, s. 32.

Manipulacja to forma kłamstwa. Powoduje krzywdę moralną, którą wyrządza się drugiemu człowiekowi. Zło moralne jest tym większe, im szerszy obejmuje krąg ludzi – w przypadku manipulacji wielkiej przyjmuje postać zła społecznego. Jeśli trwa dłuższy czas, może stać się formą patologii społecznej. Z tego względu stanowi też problem pedagogiczny. Dlatego w pedagogice należy zwracać uwagę na manipulację (w tym na postawę zmierzającą do manipulowania innymi ludźmi zwaną makiawelizmem) jako zagrożenie dla osobowego rozwoju człowieka²¹. W procesie wychowania trzeba uwzględnić rozmaite wpływy manipulacji, tzn. istniejące zarówno w sferze oddziaływania na grupy ludzi (manipulacja wielka), jak też przenikające codzienne relacje międzyludzkie (manipulacja mała)²².

Wielkość zła moralnego, będącego produktem działań manipulacyjnych, zależy w dużym stopniu od koncepcji człowieka, jaką przyjmują ich przedstawiciele. O rozmiarze zła decyduje więc filozofia człowieka i jego koncepcje psychologiczne. Znaczenie ma tu również przyjęta w manipulacji teoria komunikowania masowego²³.

Media są źródłem działalności manipulacyjnej dla partii politycznych, a także ośrodków kształtowania opinii publicznej. Z tego powodu siła i rozmiar zła wynikającego z manipulacji ulegają zwielokrotnieniu (prasa wysokonakładowa, radio satelitarne, telewizja internetowa)²⁴.

Rodzaje manipulacji

Ze względu na zakres oddziaływania wyróżnia się dwa rodzaje manipulacji: wielką i małą. Rozmiar wpływu dotyczy liczby osób uczestniczących w aktywności manipulacyjnej (jako podmiot i przedmiot), zaangażowania różnych środków (rozmowa telefoniczna o charakterze prywatnym lub

²¹ Tamże, s. 33; zob. tenże, *Przeciwstawiać się manipulacji*, dz. cyt., s. 1; tenże, *Manipulacja w propagandzie szeptanej...*, dz. cyt., s. 231.

²² Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 33–34.

²³ Tamże, s. 34.

²⁴ Tamże, s. 34–35.

publicznym, wypowiedź w telewizji), zasięgu terytorialnego (sąsiedzi w wspólnym domu bądź całe społeczeństwo) oraz rozmaitych skutków (zniekształcony obraz miłości czy fałszywy wizerunek historii narodu)²⁵.

Manipulacja wielka dotyczy całości lub części społeczeństwa. Służą jej wszystkie dostępne media: prasa, radio, telewizja, Internet. W przypadku manipulacji małej punktem odniesienia są relacje międzyludzkie. Może występować w rodzinie, grupie rówieśniczej, pracy. Tam, gdzie ludzie przebywają czy pracują ze sobą, istnieje ryzyko manipulacji²⁶.

Po środki manipulacyjne sięgają często osoby, które utraciły autorytet wśród uczniów, współpracowników, podwładnych. Deficyt ten pragną sobie zrekompensować działaniami manipulacyjnymi²⁷.

Manipulacja mała na płaszczyźnie odniesień międzyludzkich, gdy zostanie ujawniona, otrzymuje swoje określenia. Człowiek, który ją stosuje, to manipulator. Jest przebiegły, obłudny, dwulicowy. W działaniu posługuje się demagogią, intrygą, insynuacją, szantażem²⁸.

Ze względu na osobę manipulatora, w relacji podmiot–przedmiot manipulacji, można mówić o dwóch rodzajach manipulowania: sobą (automanipulacja), innym człowiekiem lub grupą ludzi (heteromanipulacja)²⁹.

Najczęściej spotyka się dziś heteromanipulację, tj. manipulowanie jednostką ludzką bądź grupą osób. Automanipulacja zaś powstaje w człowieku na skutek akceptacji doznawanego przez niego manipulowania ze strony innych ludzi, a także w następstwie rezygnacji z własnej tożsamości i kształtowania dojrzałej osobowości. Występuje jako podstawowy składnik mentalności zmanipulowanej³⁰.

Manipulator chce doprowadzić adresata swoich działań do automanipulacji. Powstaje wtedy dogodna dla niego sytuacja, gdyż człowiek

²⁵ Tamże, s. 39–40.

²⁶ Tamże, s. 42; zob. tenże, *Anatomia manipulowania*, dz. cyt., s. 1; tenże, *Jak się przeciwstawiać manipulacji w mass mediach?*, dz. cyt., s. 291; tenże, *Katecheta i świat manipulacji*, dz. cyt., s. 66; tenże, *Manipulacja*, dz. cyt., s. 256.

²⁷ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 43.

²⁸ Tamże.

²⁹ Tamże, s. 43–44.

³⁰ Tamże, s. 44; zob. tenże, *Pedagogika katolicka wobec manipulacji w mass mediach*, dz. cyt., s. 489.

manipulujący sobą realizuje już „własnymi rękami” scenariusz opracowany i dobrze ukrywany przez manipulatora³¹.

Pod względem skuteczności manipulacja obejmuje działania prowadzące do wcześniej postawionych celów. Początkowo realizuje się cele bezpośrednio. Manipulację, która nie osiąga zamierzonego celu, należy uznać za daremną. Przyczynami tego mogą być: zastosowanie niewłaściwej techniki, powstanie niesprzyjających okoliczności, przedwczesne ujawnienie i nagłośnienie działań manipulacyjnych. Jeżeli zaś manipulacja uzyskuje cel odwrotny niż zamierzony, wtedy mówi się, że ma skutek bumerangowy³².

W swojej aktywności manipulatorzy odwołują się do przekonań adresatów, szczególnie intelektu i woli. Wpływają na ich zmysły (wzrok, słuch, wyobraźnia) lub podświadomość. Można wtedy mówić o manipulacji tradycyjnej oraz pozazmysłowej³³.

Manipulacja tradycyjna polega na stosowaniu znanych technik w obrębie konkretnych mediów: prasy, radia, telewizji, Internetu. Mimo kamuflażu może zostać odkryta i nazwana przez każdego człowieka, nawet takiego, który nie jest medioznawcą³⁴.

Trudności powstają w sytuacji, kiedy używa się technik manipulacyjnych działających na ludzką podświadomość. Przekazywane w ten sposób treści nie mogą być uświadomione przez człowieka, gdyż znajdują się poniżej progu jego świadomości. Zmysły nie są w stanie ich odebrać³⁵. Istnieją rozmaite techniki wpływania na podświadomość człowieka przez media. Można tu wymienić metodę „wstecznego zapisu” (ang. *backward masking*) czy „jednej klatki”. Bariera językowa nie stanowi trudności w przekazywaniu określonych kwestii do podświadomości³⁶.

³¹ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 44.

³² Tamże, s. 45–46.

³³ Tamże, s. 46–47.

³⁴ Tamże, s. 47.

³⁵ Tamże.

³⁶ Tamże, s. 47–48; zob. tenże, *Jak się przeciwstawiać manipulacji w mass mediach?*, dz. cyt., s. 291; tenże, *Manipulacja*, dz. cyt., s. 256–257; tenże, *Manipulacja. II. Aspekt społeczny...*, dz. cyt., kol. 1159; A. Lepa, K. Cegielska, *Sprzeciw wobec manipulacji*, „Nasz Dziennik” 2016, nr 18, dod. „Nasz Magazyn” nr 172, s. M3.

Działania manipulacyjne ulegają zróżnicowaniu pod względem treści. Na tej podstawie wyróżnia się manipulacje: polityczną, ideologiczną i handlową. Największy obszar wpływu zajmuje manipulacja polityczna, gdyż stoją za nią uznane partie polityczne³⁷. Manipulację ideologiczną można zaś dostrzec w podejściu antykościelnym i związaną z nim mitologią. Występuje również w ramach takich działań kompleksowych jak: indoktrynacja, laicyzacja, ateizacja społeczeństwa. Często ma charakter polityczny³⁸. Manipulacja handlowa również posiada rozmaite formy. Najbardziej znaną stanowi reklama. To nośnik określonych treści – politycznych lub ideologicznych. Wywołuje ona u odbiorcy przekonanie, iż należy podporządkować wartości religijne, duchowe (wyższe) wartościom materialnym (niższym)³⁹.

Manipulacja za pośrednictwem reklamy wywołuje iluzję. Dzięki niej adresat utwierdza się w przekonaniu, że dany produkt jest jedyny, wyjątkowy, niepowtarzalny. W reklamie istnieje zatem element oszustwa. Jeśli ma ono pozostać niezauważone, a sama reklama być skuteczna, stosuje się często techniki manipulacyjne⁴⁰. Sugestywność reklamy, którą zapewnia manipulacja, jest wyzwaniem pedagogicznym. Przez pośrednictwo telewizji oddziałuje ona na środowisko rodziny i wpływa na kształt relacji międzyludzkich⁴¹.

O zróżnicowanym wymiarze manipulacji decyduje także rodzaj użytego środka przekazu. Najczęściej stosuje się w tym celu media szybkie, czyli: prasę codzienną, radio, telewizję, Internet. Można je zmieniać, doskonalić, korygować. Dlatego na dalszy plan schodzą media wolne, chociażby: książka, czasopismo naukowe (rocznik, półrocznik) czy film fabularny⁴².

W działaniach manipulacyjnych liczy się szybki efekt. Często jedna manipulacja wspiera inne – tworzy się w ten sposób sieć powiązań w postaci systemu. Angażuje się wtedy różne media, dlatego można mówić

³⁷ A. Lepa, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 49; zob. tenże, *Anatomia manipulowania*, dz. cyt., s. 1; tenże, *Manipulowanie człowiekiem jako problem współczesnej pedagogii*, dz. cyt., s. 77; tenże, *Jak się przeciwstawiać manipulacji w mass mediach?*, dz. cyt., s. 290.

³⁸ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 49–50.

³⁹ Tamże, s. 50.

⁴⁰ Tamże, s. 50–51.

⁴¹ Tamże, s. 51.

⁴² Tamże, s. 52.

o manipulacji: prasowej, radiowej, telewizyjnej, internetowej⁴³. Największą skutecznością charakteryzuje się manipulacja za pośrednictwem telewizji. To powszechny i funkcjonalny środek przekazywania sugestywnych treści w postaci słów, obrazów, muzyki, emocji⁴⁴.

Mechanizmy manipulacji

Manipulacja stanowi postać konkretnej aktywności człowieka. Chcąc ją poznać, należy spojrzeć na mechanizmy, które odgrywają szczególną rolę w manipulacji. Są one jednak ukryte i nie można ich ujawnić. Dzięki temu osiągają zamierzone cele⁴⁵.

Struktura oraz funkcjonowanie manipulacji należą do głównych składników tego zjawiska. Mechanizmy natomiast, jakie w niej występują, tworzą fundament, warstwę i bazę źródłową dla efektywności działań manipulacyjnych⁴⁶.

Analizując istotę mechanizmów manipulowania człowiekiem, należy uwzględnić naturę mediów, będących zasadniczym nośnikiem manipulacji, oraz postawy odbiorców, jako członków określonej społeczności. Trzeba też dodać, iż manipulacja staje się skuteczna dzięki angażowaniu do tego celu coraz nowszych technik komunikacji masowej⁴⁷.

Mechanizmy manipulacji obejmują trzy grupy: środki, techniki i systemy. Środek, który funkcjonuje w działaniach manipulacyjnych – jako tworzywo dla używanych technik – jest również mechanizmem. Najbardziej znanymi, a także podstawowymi środkami manipulacji są: stereotyp, mit, plotka, kamuflaż, które manipulatorzy stosują celem zafałszowania obrazu pewnej rzeczywistości u adresatów manipulacji⁴⁸. W całym świecie stosuje się

⁴³ Tamże.

⁴⁴ Tamże, s. 53.

⁴⁵ Tamże, s. 57–58; zob. tenże, *Manipulowanie człowiekiem jako problem współczesnej pedagogii*, dz. cyt., s. 77–78.

⁴⁶ A. Lepa, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 58.

⁴⁷ Tamże, s. 59.

⁴⁸ Tamże, s. 60–61; zob. tenże, *Manipulowanie człowiekiem jako problem współczesnej pedagogii*, dz. cyt. s. 79; tenże, *Manipulacja w propagandzie kościelnej i jej rzeczywiste*

dziś techniki manipulowania świadomością człowieka przez oddziaływanie na jego podświadomość.

Stereotyp jest najpopularniejszym środkiem manipulowania w mediach. To „gotowa forma myślenia”. Jego powstawaniu i rozwojowi sprzyjają dwie okoliczności: tendencja psychiki ludzkiej do stosowania uogólnień oraz niechęć do weryfikowania istniejących poglądów i twierdzeń⁴⁹. Stereotypy funkcjonują poza kontrolą ze strony człowieka, dlatego zajmują ważne miejsce w manipulacji, zapewniając jej skuteczność. Są środkiem przenoszenia informacji o innych ludziach, któremu przypisuje się znaczenie manipulacyjne⁵⁰. Charakteryzują dwie właściwości: nieuchronność występowania i zmienność kształtowana różnymi uwarunkowaniami. Stąd ich uprzywilejowana pozycja w działaniach manipulacyjnych⁵¹.

Bardziej złożonym od stereotypu nośnikiem manipulacji jest mit, zwłaszcza społeczny. Występuje on jako pogląd, który wydarzeniom i zjawiskom nieistniejącym nadaje pozory prawdy. Zniekształca fakty, będąc użytecznym środkiem dla manipulacji stawiającej sobie za cel fałszowanie obrazu rzeczywistości⁵².

Plotka również należy do środków, z których korzysta wiele technik manipulacyjnych. Opiera się na przekazywaniu ustnym i w tajemnicy niesprawdzonych informacji, opinii, działających na niekorzyść innego człowieka⁵³. Plotka funkcjonująca w ramach manipulacji często prowadzi do dyskredytacji konkretnej osoby, partii politycznej, instytucji. Staje się cennym środkiem wykorzystywanym w różnych technikach manipulacyjnych, które kształtują negatywny wizerunek pojedynczego człowieka lub grupy osób.

cele, dz. cyt., s. 247; tenże, *Manipulacja. II. Aspekt społeczny...*, dz. cyt., kol. 1158; tenże, *Manipulacja w propagandzie szeptanej...*, dz. cyt., s. 228.

⁴⁹ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 61; zob. tenże, *Manipulacja w propagandzie szeptanej...*, dz. cyt., s. 229.

⁵⁰ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt.; zob. tenże, *Manipulacja w propagandzie szeptanej...*, dz. cyt.

⁵¹ Tamże.

⁵² Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 62; zob. tenże, *Manipulacja w propagandzie szeptanej...*, dz. cyt., s. 229–230.

⁵³ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 63; zob. tenże, *Manipulacja w propagandzie szeptanej...*, dz. cyt., s. 230.

Prowadzi ostatecznie do uprzedzeń, niechęci, nienawiści, agresji w relacjach międzyludzkich⁵⁴.

W naturze manipulacji leży zakłamanie, dlatego chętnie korzysta ona z kamuflażu zapewniającego ukryty wymiar podejmowanych czynności. To aktywność, która polega na maskowaniu, wprowadzaniu w błąd. Środek ten potrafi przesłonić prawdziwe oblicze działań manipulacyjnych. Występuje przede wszystkim na płaszczyźnie dezinformacji⁵⁵.

Oprócz środków związanych z manipulowaniem świadomością ludzką istnieją też środki, których bezpośrednim przedmiotem manipulacji jest podświadomość człowieka. Dlatego nieco uwagi należy poświęcić także tworzywom, które służą temu celowi. Stanowią je: słowo, obraz i muzyka⁵⁶. Są podstawowym tworzywem dla konstruowanych w tym celu technik manipulacyjnych⁵⁷.

Dziś często mówi się o oddziaływaniu podświadomym mediów. Polega ono na emitowaniu treści, będących poza świadomością ludzką, lecz wywołujących określone skutki w efekcie końcowym. Procesowi temu służą konkretne środki⁵⁸. Najbardziej znanym środkiem do manipulowania podświadomością człowieka jest słowo – mówione i pisane (drukowane). Występuje zarówno w manipulacji wielkiej, jak też małej. Posługuje się nim twórca sugestywnej reklamy radiowej czy autor programu telewizyjnego, który z sondy ulicznej wybiera – na zasadzie manipulacji – wypowiedzi mające potwierdzić jego punkt widzenia⁵⁹.

Słowo przenika wszystkie środki manipulacji: stereotyp, mit, plotkę, kamuflaż. Zachodzi tu ścisły i trwały związek między językiem a konkretnym środkiem. Na temat mitu i języka mówi się, że są elementami procesu komunikacyjnego, przy czym mit stanowi jeszcze środek identyfikacji

⁵⁴ Tamże.

⁵⁵ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 64; zob. tenże, *Manipulowanie człowiekiem jako problem współczesnej pedagogii*, dz. cyt., s. 80.

⁵⁶ Tamże, s. 60.

⁵⁷ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 65.

⁵⁸ Tamże; zob. A. Lepa, K. Cegielska, dz. cyt., s. M3.

⁵⁹ A. Lepa, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 65–66; zob. tenże, *Zmanipulować logosferę człowieka*, s. 60.

zapewniający jednostce poczucie tożsamości w określonej wspólnotcie. Takie używanie słowa prowadzi do jego dewaluacji⁶⁰.

Język to nie tylko nośnik wartości, ale też środowisko słów, symboli, obszar swobodnego posługiwania się metaforą, eufemizmem. Dlatego umożliwia manipulację w mediach: prasie, radiu, telewizji, Internecie⁶¹.

W tym obszarze język pełni podwójną rolę. Pozwala wprowadzać do społeczeństwa nowe słowa, pojęcia, terminy, wyrazy i kreować ich znaczenie na poziomie tzw. „nowomowy” oraz sam – w pewnym znaczeniu – staje się nowym językiem. Język mówiony jest narzędziem manipulowania podświadomością człowieka⁶².

Do środków, które wspierają działania manipulacyjne na płaszczyźnie podświadomości ludzkiej, należy również obraz. We współczesnej cywilizacji obrazu widać jego dominujący wpływ w stosunku do słowa pisanego (drukowanego). Sytuacja taka sprzyja tworzeniu coraz doskonalszych technik manipulacyjnych⁶³. Dzisiaj każdy rodzaj obrazu może służyć jako środek do manipulowania podświadomością człowieka. W osiągnięciu tego celu obrazowi nieraz towarzyszy wymowne słowo. Obraz zawiera warstwę informacyjną, którą łatwo wykorzystać w manipulacji⁶⁴.

Do działalności manipulacyjnej używa się często obrazu filmowego. Duża rola przypada tu filmom: reklamowemu i fabularnemu. Ich obrazy wpływają na podświadomość człowieka. Dzięki temu mają zastosowanie w technikach manipulacyjnych⁶⁵.

Prawdziwa potęga mediów tkwi w tym, że wskazują ludziom, co jest normalne. To jedna z największych manipulacji, jakiej doświadcza człowiek, szczególnie na płaszczyźnie swojej podświadomości⁶⁶.

Obok słowa i obrazu także muzyka – przede wszystkim rockowa – staje się środkiem w manipulowaniu podświadomością człowieka. Zawiera

⁶⁰ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 66.

⁶¹ Tamże, s. 66–67.

⁶² Tamże, s. 67.

⁶³ Tamże.

⁶⁴ Tamże, s. 68.

⁶⁵ Tamże.

⁶⁶ Tamże, s. 68–69.

ona liczne elementy, które działają na podświadomość jednostki: intensywny ruch, pociągający rytm, fizyczną bliskość drugiej osoby. Muzyka ta zyskuje dodatkową siłę dzięki wsparciu przez sugestywne słowo⁶⁷.

W działaniach manipulacyjnych występują różne techniki wpływania na człowieka. Najważniejsze z nich to: fragmentacja, natychmiastowość w informowaniu, ingracjacja, *cliché*, sugestia, oddziaływanie na podświadomość⁶⁸.

Fragmentacja uniemożliwia człowiekowi pełny odbiór rzeczywistości. Zniekształcenie obrazu powstaje wskutek jej wybiórczego przedstawiania. Techniki tej używa często reklama. Wybrane walory produktu eksponuje tak, by przesłonić jego słabe strony⁶⁹. Fragmentacją posługują się także media przy prezentacji wartości chrześcijańskich, ukazując tylko niektóre z nich. Długotrwałe stosowanie fragmentacji wywołuje powszechną dezorientację społeczną w sprawach ważnych (wiedza historyczna, polityka, obraz własnego narodu)⁷⁰.

Natychmiastowość w informowaniu to kolejna technika manipulacyjna. Funkcjonuje w oparciu na podstawowej zasadzie dziennikarstwa, że informację trzeba przekazywać szybko. Wiąże się z tym rosnąca liczba informacji oraz częstotliwość przekazu. Jeśli jakieś centrum informacyjne opanowało tę technikę do perfekcji i posiada duże źródła informacji (prasa wielkonakładowa, sieci radiowe czy telewizyjne), to może efektywnie wpływać na kształtowanie opinii publicznej⁷¹.

Natychmiastowość w informowaniu staje się skuteczna i funkcjonalna dla manipulacji, gdyż może prowadzić do trzech zasadniczych rezultatów. Błyskawiczność w podawaniu informacji przede wszystkim wzmacnia siłę wybranych wiadomości. Dzięki temu otrzymują status „z pierwszej ręki”, „na żywo”. Prowadzi to do uwiarygodnienia ich treści i wzbudzania szacunku ze strony

⁶⁷ Tamże, s. 69.

⁶⁸ Tamże, s. 70; zob. tenże, *Manipulacja*, dz. cyt. s. 256.

⁶⁹ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 71–72; zob. tenże, *Manipulowanie człowiekiem jako problem współczesnej pedagogii*, dz. cyt., s. 80; tenże, *Manipulacja*, dz. cyt., s. 256; tenże, *Manipulacja. II. Aspekt społeczny...*, dz. cyt., kol. 1159; A. Lepa, K. Cegielska, dz. cyt., s. M3.

⁷⁰ A. Lepa, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 72–73.

⁷¹ Tamże, s. 73; zob. tenże, *Manipulowanie człowiekiem jako problem współczesnej pedagogii*, dz. cyt., s. 80.

odbiorców mediów. Po drugie natychmiastowy przekaz nowych informacji dezaktualizuje inne wiadomości, często niewygodne, a nawet szkodliwe dla danego centrum informacyjnego. Może wtedy powstać mechanizm „manewru odciągającego”, który sprawia, że czytelnik, radiosłuchacz, telewidz odwraca uwagę od wcześniejszej informacji jako przestarzałej i bezwartościowej. Jako ostatnie warto zauważyć, że szybkie i częste podawanie informacji powoduje u odbiorców obniżenie stopnia wrażliwości w danym obszarze wartości chrześcijańskich. Burzy w ich świadomości próby skupienia się i koncentracji na pewnych zjawiskach, problemach istniejących w otaczającej rzeczywistości. Łatwiej wtedy nie tylko eksponować nowe idee i wartości, ale też przekonać do nich społeczeństwo⁷². Natychmiastowość w informowaniu zapewnia manipulatorowi skuteczność działania. Pod pozorem troski o przekazanie społeczeństwu rzetelnych informacji ukrywa się mechanizm prowadzący do manipulowania ludźmi według ustalonego scenariusza⁷³.

Ingracjacja należy do technik, które występują na płaszczyźnie małej manipulacji. Jej konstrukcja obejmuje dwa działania: zdobycie zaufania, akceptacji i uznania u adresata manipulacji oraz zwiększenie własnej atrakcyjności, wzbudzenie pozytywnego stosunku do siebie, a nawet pożądaných postaw. Za takim działaniem stoi konkretny cel manipulatora, zbieżny z jego osobistym interesem lub dobrem grupy, jaką reprezentuje⁷⁴. Ingracją posługują się często jednostki, które nie mają autorytetu osobowego, bez odpowiednich kompetencji, wykazujące brak talentów organizacyjnych. Nie budzi ona podejrzeń, dlatego staje się skuteczna⁷⁵. W języku potocznym postawę ingracyjną można określić „nadskakiwaniem”, „podlizywaniem się”. Wpływem ingracjacji ulegają ludzie o negatywnym obrazie siebie, zakompleksieni, naiwni, z niskim poczuciem własnej wartości⁷⁶.

Technika *cliché* polega na wybiórczym podejściu do niektórych treści (informacje, opinie, opis). Postawa fragmentaryczności dotyczy sądów

⁷² Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 73–75.

⁷³ Tamże, s. 75.

⁷⁴ Tamże, s. 76; zob. tenże, *Manipulowanie człowiekiem jako problem współczesnej pedagogii*, dz. cyt., s. 82.

⁷⁵ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 77.

⁷⁶ Tamże, s. 77–78.

wartościujących w odniesieniu do pewnych zachowań, postaw, wzorców. Samą technikę zaś określa się jako „maskujące uproszczenie cech opisu”. Manipulacja za pośrednictwem *cliché* deformuje wizerunek osoby lub instytucji, przedstawiając ją w kategoriach negatywnych i pomijając cechy pozytywne⁷⁷. W przypadku manipulacji małej, tzn. na poziomie odniesień międzyludzkich, technika ta może wyrażać się w pogardliwym stylu wypowiedzi o danej osobie. Jeśli natomiast chodzi o manipulację wielką, to widać wpływ tej techniki w podejściu do Kościoła (zamknięcie na nowe myśli, postawy, wartości)⁷⁸. Twierdzenia wypowiedziane za pomocą techniki *cliché* zawierają dużo krytyki pod adresem konkretnych osób lub instytucji. Wywołują też silne emocje. Dlatego zapewniają manipulacji dużą moc oddziaływania⁷⁹.

Wiele działań manipulacyjnych opiera się na sugestii. Istotną rolę zajmują tu hasła, których sugestywność gwarantuje jednocześnie skuteczność. W odbiorze haseł trzeba uwzględnić też stopień podatności człowieka na sugestię – na płaszczyźnie relacji międzyludzkich jest ona impulsem skłaniającym jednostkę do zachowań zgodnych z jej treścią⁸⁰. Sugestywny wymiar samej informacji wzmacniają czynniki funkcjonujące w procesie komunikowania masowego, jak: nadawca (osobowość, zdolność oddziaływania na innych), rodzaj środka przekazu (prasa, radio, telewizja, Internet), odbiorca (podatność lub odporność na manipulację)⁸¹.

Niebezpieczna dla osobowości człowieka jest manipulacja jego podświadomością. W tym celu stosuje się rozmaite techniki wpływu na podświadomość. Zapewniają one manipulacji skuteczność i skrytość działań⁸². Taka manipulacja zachodzi przez oddziaływanie na zmysły, zwłaszcza słuch i wzrok. W działaniu manipulator wykorzystuje tzw. próg absolutny w funkcjonowaniu konkretnego zmysłu. Stanowi on określone minimum pobudzenia, jakie przyjmuje organ zmysłowy, by nastąpiło doznanie zmysłowe. Jeśli

⁷⁷ Tamże, s. 78; zob. tenże, *Manipulacja*, dz. cyt., s. 256; Tenże, *Manipulacja. II. Aspekt społeczny...*, dz. cyt.

⁷⁸ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 79.

⁷⁹ Tamże; zob. tenże, *Manipulacja. II. Aspekt społeczny...*, dz. cyt.

⁸⁰ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 80, 82; zob. tenże, *Manipulacja*, dz. cyt., s. 256; tenże, *Manipulacja. II. Aspekt społeczny...*, dz. cyt.

⁸¹ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 82–83.

⁸² Tamże, s. 83; zob. tenże, *Manipulacja. II. Aspekt społeczny...*, dz. cyt.

działanie pewnych bodźców celowo ustala się poniżej progu absolutnego, jednostka nie uświadamia sobie tych wpływów, choć jej słuch i wzrok rejestrują ich obecność. Podświadomość przyjmuje te bodźce, gromadzi je oraz wzmacnia. Z czasem mogą one wywołać zmiany w zachowaniu człowieka, założone w scenariuszu manipulacji⁸³. Słuch i wzrok są „zmysłami wyższymi”, gdyż wpływają na rozwój życia umysłowego. Fakt ten sprawia, że przekazy na podświadomość przy ich pomocy zostawiają głębokie ślady w psychice jednostki⁸⁴.

Technika *backward masking* przenika podświadomość człowieka przez zmysł słuchu. Następuje to za pośrednictwem płyty gramofonowej lub kompaktowej, taśmy magnetofonowej, teledysku (obraz i słowo), wzmacnianych „wstecznym zapisem” z odpowiednio ułożoną treścią⁸⁵.

W przypadku techniki „jednej klatki” manipulacja dokonuje się na płaszczyźnie obrazu. Chodzi tu o częstotliwość, z jaką przesuwana jest taśma filmowa dająca obraz. W technice tej na każde 24 klatki na sekundę, czyli liczbę klatek w ruchu taśmy tradycyjnej, występuje jedna klatka z treścią, która ma oddziaływać na podświadomość odbiorcy. Nie może on dostrzec, a zatem również uświadomić sobie zawartego obrazu w ciągu 1/24 sekundy. Obraz jednak przenika do jego podświadomości. Wskutek powtarzania ulega wzmocnieniu i wpływa na zachowanie jednostki według planu ustalonego przez manipulatora⁸⁶. W technikach manipulacyjnych dochodzi do pogwałcenia świadomości człowieka przez treści wprowadzane do podświadomości. Stanowią one poważny problem dla wychowawców, nauczycieli i duszpasterzy⁸⁷.

System manipulacji to zespół powiązanych ze sobą różnych środków i technik w ramach konkretnych działań manipulacyjnych. Jego zasięg oddziaływania wzmacniają dostępne media. Jest mechanizmem o największym

⁸³ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 83–84.

⁸⁴ Tamże, s. 84.

⁸⁵ Tamże, s. 84–85; zob. tenże, *Pedagogika katolicka wobec manipulacji w mass mediach*, dz. cyt., s. 485; tenże, *Manipulacja*, dz. cyt., s. 257.

⁸⁶ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 85–86; zob. tenże, *Pedagogika katolicka wobec manipulacji w mass mediach*, dz. cyt.; tenże, *Manipulacja*, dz. cyt.

⁸⁷ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 86.

wpływie społecznym, dlatego warto przyjrzeć się temu zagadnieniu od strony manipulatorów i adresatów⁸⁸.

Ważne miejsce wśród systemów manipulacji zajmuje dezinformacja. Przyjmuje ona różne postaci – może być mała i wielka. Pierwsza występuje w ramach stosunków międzyludzkich. Posiada często charakter doraźny, spontaniczny. Wiąże się też z innymi działaniami jednostki, która podejmuje taką manipulację (usprawiedliwienie swojego zachowania i postępowania, lęk przed ośmieszeniem czy odkryciem własnych błędów). Polega wtedy na „kłamstwie”, „oszukiwaniu”, „wprowadzaniu w błąd”⁸⁹. Dezinformacja wielka zakłada działalność przemyślaną i zorganizowaną. Obejmuje liczną grupę ludzi, a nawet całe społeczeństwo. Tworzą ją: specjaliści od manipulacji, środki masowego przekazu, techniki wywierania wpływu społecznego. Stawia sobie za cel realizację konkretnego programu, zmierzającego do zastąpienia w świadomości i podświadomości ludzi – będących przedmiotem tych działań – poglądów niekorzystnych dla dezinformatora takimi, które uznaje za dobre dla siebie⁹⁰.

Dezinformacja zorganizowana niszczy relacje międzyludzkie w społeczeństwie. Instytucje wspierające taką manipulację chcą wywierać wpływ na podświadomość ludzi, którzy tworzą społeczeństwo. Dlatego korzystają z wypróbowanych technik manipulowania⁹¹. W systemie dezinformacji społeczeństwa istnieją rozmaite formy działania o charakterze praktycznym. Jedną z nich stanowi dezinformacja budowana na strukturze dwustopniowego przepływu informacji. W tym układzie informacja dociera najpierw do „przywódców opinii”, którzy posiadają większą wiedzę od innych, umiejętność komunikacji, zdolność wpływu na drugiego człowieka, zainteresowania w dziedzinie zdobywania i przekazu wiedzy. Cieszący się uznaniem w swoich środowiskach „przywódcy opinii” podają informacje we własnych środowiskach, docierając do poszczególnych osób⁹². Schemat

⁸⁸ Tamże, s. 87–88; zob. tenże, *Zmanipulować logosferę człowieka*, dz. cyt., s. 64.

⁸⁹ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 88.

⁹⁰ Tamże, s. 89; zob. tenże, *Zmanipulować logosferę człowieka*, dz. cyt., s. 66.

⁹¹ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 90; zob. tenże, *Manipulacja*, dz. cyt.; A. Lepa, K. Cegielska, dz. cyt., s. M2.

⁹² A. Lepa, *Świat manipulacji*, dz. cyt.

ten występuje również w działaniach na poziomie dezinformacji. Inicjatywy takie przebiegają na dwóch etapach, przy czym daleko idące możliwości wyznacza tym działaniom fakt, gdy „przywódca opinii” przyjmuje postawę makiawelizmu lub zgody na manipulowanie sobą. Dzięki takiemu podejściu dezinformacja może być skuteczna⁹³.

Inną postacią dezinformacji zorganizowanej jest logomachia. Chodzi w niej o taki styl tworzenia i podawania wiedzy, by wzbudzała ona zainteresowanie przede wszystkim specjalistów pracujących w mediach. Informacje redaguje się w sposób efektowny oraz sugestywny, choć same odbiegają od prawdy. Kiedy dziennikarze przekazują dalej spreparowaną wiedzę, społeczeństwo przyjmuje ją za prawdziwą i niebudzącą wątpliwości⁹⁴. Manipulator posługujący się dezinformacją puszcza zatem w obieg odpowiednio przemyślane i skonstruowane hasła, jakie przez media trafiają do społeczeństwa i wpływają na kształt relacji międzyludzkich⁹⁵.

System dezinformacji stanowi okłamywanie społeczeństwa za pośrednictwem prawdy. Przy kłamstwie w formie zorganizowanej tak się nią manipuluje, że traci ona swoją godność i służy oszukiwaniu ludzi. W tej sytuacji, nawet jeśli dezinformacja na szeroką skalę zawiera komponenty prawdziwe, całość ma charakter zakłamania. W momencie ujawnienia kłamstwa każda prawda – poddana manipulacji – staje się podejrzana⁹⁶.

Trudną do wykrycia postacią dezinformacji jest szum informacyjny, związany z podawaniem informacji. W procesie informowania na poziomie źródło–odbiorca występują rozmaite czynniki uboczne, które utrudniają przekaz lub go uniemożliwiają⁹⁷. Szum informacyjny w obszarze dezinformacji ma wymiar zaplanowany i wyreżyserowany. Stąd podejmuje się różne działania, mające na celu zniekształcenie bądź wyeliminowanie informacji w drodze do odbiorcy⁹⁸. Stosowana tu manipulacja pośrednio tylko obejmuje

⁹³ Tamże, s. 90–91.

⁹⁴ Tamże, s. 91; zob. tenże, *Manipulowanie człowiekiem jako problem współczesnej pedagogii*, dz. cyt., s. 81; tenże, *Zmanipulować logosferę człowieka*, dz. cyt., s. 67.

⁹⁵ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 91.

⁹⁶ Tamże, s. 92.

⁹⁷ Tamże, s. 92–93; zob. tenże, *Manipulacja*, dz. cyt.

⁹⁸ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 93; zob. tenże, *Manipulacja*, dz. cyt., s. 257.

treści informacyjne, podawane przez media. Jej bezpośrednie zadanie to odpowiednie kierowanie czynnikami, które zniekształcają informację lub nie dopuszczają jej do adresata⁹⁹. Szum informacyjny przyjmuje wiele form. Może występować w postaci nakładania się różnych, często sprzecznych informacji, prowadzących u jednostki do braku lub spóźnionego zrozumienia wiadomości, ich natłoku, dezinformacji¹⁰⁰.

Media potrafią wykreować nową rzeczywistość. Bywa czasem tak, że razem z informacją, której spodziewa się odbiorca, następuje przekaz antyinformacji, mającej za cel neutralizację wiadomości oczekiwanej przez adresata¹⁰¹. Proces ten zachodzi na płaszczyźnie manipulacji ludźmi, będącymi odbiorcami ich treści. Manipulacja tworzy obraz fałszywy, zniekształcony, ale jest to nowa jakość, którą adresaci przyjmują bez zastrzeżeń¹⁰².

Ważnym elementem działalności manipulacyjnej jest system „kreowania wroga”. Powstaje wtedy cały panteon „wrogów” zagrażających społeczeństwu, kulturze, wolności, postępowi. Pojęcie „wróg” występuje często w odniesieniu do Kościoła. Można usłyszeć o nim, że jest hermetyczny, zaściankowy, upolityczniony, szkodliwy dla społeczeństwa i ograniczający wolność człowieka. Takie treści otrzymuje społeczeństwo wskutek działań manipulacyjnych, które celowo i skrycie fałszują obraz Kościoła¹⁰³. Należy jeszcze dodać, iż przy obecnych technikach manipulowania społeczeństwem posługiwanie się elementem „wroga” prowadzi do aktów nienawiści, agresji i chaosu społecznego¹⁰⁴.

Zatrucie informacyjne to system manipulacji o dużej szkodliwości, z natury bowiem dotyczy hierarchii wartości. Polega na tym, że sprawy ważne przedstawia się jako niewiele znaczące lub pozbawione sensu – w rezultacie ukazuje fałszywy obraz rzeczywistości na poziomie wartości¹⁰⁵. System

⁹⁹ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt.

¹⁰⁰ Tamże, s. 94; zob. tenże, *Manipulacja*, dz. cyt.

¹⁰¹ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt.

¹⁰² Tamże, s. 95.

¹⁰³ Tamże, s. 95–98; zob. tenże, *Manipulacja*, dz. cyt.; tenże, *Zmanipulować logosferę człowieka*, dz. cyt. s. 72–73; A. Lepa, K. Cegielska, dz. cyt., s. M2–M3.

¹⁰⁴ A. Lepa, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 99–100; zob. tenże, *Manipulacja*, dz. cyt.; tenże, *Zmanipulować logosferę człowieka*, dz. cyt., s. 73.

¹⁰⁵ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 100; zob. tenże, *Zmanipulować logosferę człowieka*, dz. cyt., s. 67–68; A. Lepa, K. Cegielska, dz. cyt., s. M2.

wartości zajmuje fundamentalne miejsce w życiu jednostki (wymiar indywidualny) i społeczeństwa (aspekt wspólnotowy). Najważniejsza jest tu wartość nadrzędna, zwana wartością strukturalną (naczelną)¹⁰⁶. Hierarchia przyjęta przez człowieka wywiera wpływ na jego życie, zachowania, postawy. Od niej zależy płaszczyzna odniesień do świata i innych ludzi, a także sfera decyzji i wyborów życiowych¹⁰⁷. Wartości zajmują szczególne miejsce w rozwoju osobowości człowieka, dlatego proces wychowania jest wprowadzaniem młodego człowieka w ich świat. Stąd też istotne znaczenie mają wartości chrześcijańskie będące środkiem i podstawą wychowania¹⁰⁸. Współcześnie można jednak dostrzec tendencje, które zmierzają do zastępowania pojęcia „chrześcijańskie” terminami „ogólnoludzkie”, „uniwersalne”, co ułatwia manipulację na tym obszarze¹⁰⁹.

Z historycznego punktu widzenia należy stwierdzić, iż wartości chrześcijańskie wywarły decydujący wpływ na cywilizację Zachodu, kształtując jej tożsamość i nadając kulturze znamię trwałości. Zaburzenia hierarchii wartości jednostki mogą mieć fatalne skutki. Prawidłowość ta występuje również w odniesieniu do społeczeństwa, szczególnie wtedy, gdy system wartości staje się przedmiotem manipulacji¹¹⁰.

Manipulacja w postaci zatrucia informacyjnego przyjmuje różne formy i korzysta ze sprawdzonych mechanizmów. Widać to w odniesieniu do wartości chrześcijańskich. Na tej płaszczyźnie – będącej miejscem walki z chrześcijaństwem – działania postępują w wielu kierunkach. Podejmuje się próby laicyzacji terminologii chrześcijańskiej w obrębie hierarchii wartości. „Miłość bliźniego” zastępują pojęcia: „tolerancja”, „dialog”, „solidarność ludzka”¹¹¹. Media przygotowują bowiem społeczeństwo na przyjęcie wizji państwa, które pod względem światopoglądowym musi być „neutralne”. Nie ma tu miejsca dla wartości chrześcijańskich. Tworzenie takiego mitu

¹⁰⁶ A. Lepa, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 100–101; zob. tenże, *Zmanipulować logosferę człowieka*, dz. cyt., s. 68.

¹⁰⁷ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 101; zob. tenże, *Zmanipulować logosferę człowieka*, dz. cyt.

¹⁰⁸ Tamże.

¹⁰⁹ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 101–102.

¹¹⁰ Tamże, s. 102.

¹¹¹ Tamże, s. 102–103; zob. tenże, *Zmanipulować logosferę człowieka*, dz. cyt.

prowadzi do fałszowania w świadomości społeczeństwa obrazu państwa, wskutek manipulacji wartościami społecznymi¹¹².

W odniesieniu do świata wartości istnieje również perswazja ukryta. Polega ona na tym, że nową hierarchię wartości ukazuje się jako porządek oczywisty i akceptowany przez większość społeczeństwa¹¹³.

Techniką manipulacji stosowaną w ramach zatrucia informacyjnego są lekceważenie i ośmieszanie wartości, jakie niesie chrześcijaństwo. Występuje ona w różnych postaciach. Jedną z nich stanowi otwarta, publiczna, niekiedy wręcz agresywna walka z wartościami chrześcijańskimi¹¹⁴. Wśród technik manipulacji zmierzających do deprecjonowania wartości chrześcijańskich należy wymienić również nadawanie znaczenia negatywnego pewnym pojęciom, które te wartości reprezentują. Przykładem mogą być słowa: „ksiądz”, „zakonnica”, „katecheta”¹¹⁵.

Wraz z podważaniem wszystkiego, co niesie chrześcijaństwo, następuje proces wdrażania do obiegu społecznego antywartości. Przedstawia się je w sposób atrakcyjny i sugestywny. W systemie zatrucia informacyjnego funkcjonuje technika działania pośredniego, oparta na wprowadzaniu do świadomości młodego człowieka hierarchii antywartości, która uznaje za wyraz „postępu” i „nowoczesności” wypowiedzianie bluźnierstw przeciwko wierze, profanację krzyży i miejsc świętych, wychwalanie aborcji, eutanazji, nienawiści względem Kościoła¹¹⁶.

Postacią manipulacji pośredniej w obrębie zatrucia informacyjnego jest technika, w której środek komunikacji staje się formą przekazu. Ma ona zwykle charakter ukryty. W działaniu bezpośrednim prowadzi do dyskredytowania mediów katolickich, zwłaszcza prasy. Polega na tym, że ten sam artykuł ma różny odbiór w gazecie o uznanym prestiżu społecznym, inny

¹¹² Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 103.

¹¹³ Tamże, s. 103–104; zob. tenże, *Zmanipulować logosferę człowieka*, dz. cyt.

¹¹⁴ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 104; zob. tenże, *Manipulacja w propagandzie antykościelnej...*, dz. cyt., s. 250.

¹¹⁵ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 104–105; zob. tenże, *Manipulowanie człowiekiem jako problem współczesnej pedagogii*, dz. cyt., s. 81; tenże, *Zmanipulować logosferę człowieka*, dz. cyt., s. 69.

¹¹⁶ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 105; zob. tenże, *Zmanipulować logosferę człowieka*, dz. cyt., s. 69–70.

zaś w piśmie będącym przedmiotem lekceważenia i krytyki. Pod wpływem takich działań prasa katolicka traci skuteczność na płaszczyźnie ewangelizacji, która stanowi jej podstawowy cel¹¹⁷.

Znamiona manipulacji można także dostrzec w rozmaitych formach propagowania nowych wartości za pośrednictwem cenionych autorytetów, szczególnie intelektualistów. Stosuje się wtedy metodę autorytetu przeniesionej. Społeczeństwo poddawane manipulacji otrzymuje informację, że nową wartość przyjmuje wielu wybitnych przedstawicieli świata nauki¹¹⁸.

Jednym ze skutków manipulacji w obszarze wartości jest postawa relatywizmu moralnego, Warto tu dodać, iż głoszenie wiary łączy się z określonym systemem wartości. Jeśli więc ktoś publicznie kwestionuje wartości chrześcijańskie, podważa też samą wiarę i jej podstawy¹¹⁹.

Ważnym mechanizmem manipulacji jest system S-M-S, oparty na odpowiednio dozowanej eskalacji sensacji, muzyki i seksu. Prowadzi on do chaosu w dziedzinie idei, pojęć, wartości, braku zrozumienia spraw istotnych, odwrócenia uwagi od ważnych kwestii społecznych. Takie zjawiska sprzyjają niektórym środowiskom. Pozwalają kształtować opinię publiczną, wprowadzać nową kulturę, styl życia, moralność¹²⁰. Sensacja, muzyka, seks to trzy płaszczyzny aktywności ludzkiej poddawane manipulacji, która uwzględnia bieżące potrzeby jednostek i grup społecznych, a także wzbudza je oraz wyzwala. Czynnikiem wspierającym te działania staje się często reklama¹²¹. Wymienione komponenty tworzą system S-M-S. Potrafią poruszyć całego człowieka. Zgodność ich oddziaływania z potrzebami i pragnieniami odbiorcy zapewnia manipulacji dużą skuteczność¹²².

Posługiwanie się sensacją zapewnia manipulatorowi szeroki wpływ na adresatów mediów. Prasa, radio, telewizja, Internet nie stawiają odbiorcom wielkich wymagań. Rezygnują nawet z proponowania im treści

¹¹⁷ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 106–107; zob. tenże, *Zmanipulować logosferę człowieka*, dz. cyt., s. 70.

¹¹⁸ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 107–108.

¹¹⁹ Tamże, s. 108.

¹²⁰ Tamże, s. 110; zob. tenże, *Manipulacja w propagandzie antykościelnej...*, dz. cyt., s. 251; tenże, *Manipulacja*, dz. cyt., s. 257.

¹²¹ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 111.

¹²² Tamże, s. 112; zob. tenże, *Manipulacja*, dz. cyt.

wartościowych. Dlatego w atmosferze sensacji łatwiej można na poziomie komunikowania masowego wprowadzić antywartości¹²³. Sensacja zawiera nie tylko element zaskoczenia, ale także grozy oraz przemocy. Zmieniają się jej formy przekazu i treść. Występuje we wszystkich mediach. Kształtuje poglądy, opinie, postawy odbiorców. Wzmocniona przez inne czynniki, jak powtarzanie, sugestywna forma ukazywania słabości ludzkich, prostota języka, warunkuje i wyjaśnia zainteresowanie sporej części społeczeństwa prasą sensacyjną¹²⁴. Spreparowana i nagłośniona sensacja demaskuje, ośmiesza, kompromituje. Wywołuje u adresatów niechęć, uprzedzenia i nienawiść. Paraliżuje myślenie człowieka oraz uruchamia jego podświadomość, by wzbudzić potrzebę opowiedzenia się za pseudowartościami. Dlatego jest pożądanym instrumentem w systemach manipulacji¹²⁵.

Manipulacja chętnie też posługuje się muzyką. Zajmuje ona ważne miejsce w mediach (radio, telewizja, Internet). Dominuje muzyka popularna, zwłaszcza rozrywkowa. Dziś można mówić o świecie muzyki, w którym żyje młodzież¹²⁶. Muzyka rockowa wzbudza silne emocje, ale niesie także konkretne przesłanie, zachęcając niekiedy do przemocy, wandalizmu, destrukcji, dewiacji seksualnej. Wywiera głęboki wpływ na kształtowanie osobowości młodzieży¹²⁷.

Ważne miejsce w omawianym systemie manipulacji zajmuje sfera seksu. Manipulacja na tym poziomie przebiega różnymi drogami. Dzieje się tak, bo seks jest aktywnością człowieka, w której z natury przebiega proces komunikowania¹²⁸. Element seksu pojawiający się w manipulacji społeczeństwem przyjmuje formy ukryte. Występuje w tzw. edukacji seksualnej, działalności pewnych kręgów feministek, postulatach uznania związków homoseksualnych, ośmieszaniu katolickiej etyki seksualnej, propagowaniu antykoncepcji i aborcji. Ponadto takie postawy, jak: eksperymenty z płciowością, odrzucanie czystości oraz wierności w miłości,

¹²³ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 112–113.

¹²⁴ Tamże, s. 113–114.

¹²⁵ Tamże, s. 114–115.

¹²⁶ Tamże, s. 115–117.

¹²⁷ Tamże, s. 117.

¹²⁸ Tamże, s. 117–118.

permissywizm seksualny, wywołują u młodego pokolenia chaos pojęciowy i moralny¹²⁹. Manipulacja społeczeństwem w sferze seksu dokonuje się również za pomocą pornografii. Tworzy ona fałszywy, wypaczony obraz jednostki ludzkiej. Wulgaryzuje oraz dehumanizuje seksualność, czyniąc człowieka niezdolnym do bezinteresownej, wiernej i odpowiedzialnej miłości¹³⁰. Seks – jako element manipulacji – ma potężną siłę oddziaływania. Wzmocniony sensacją i muzyką może prowadzić do zniewolenia jednostki i społeczeństwa¹³¹.

Oprócz manipulacji zorganizowanej w postaci systemów istnieje szereg inicjatyw, które wywierają wpływ na świadomość poszczególnych ludzi i grup społecznych, zniekształcają sprawy ważne, wprowadzają chaos do świata pojęć, informacji, idei, wartości¹³².

Cele manipulacji

Wielość form manipulacji, stosowanych technik i skrytość działania pozwalają wskazać na jej podstawowe cele, a także poznać naturę oraz skutki działań manipulacyjnych¹³³. Zabiegi podejmowane w ramach manipulacji realizują cele, które są poza człowiekiem, będącym ich bezpośrednim przedmiotem. Manipulator osiąga cel własny lub instytucji, którą reprezentuje. Widać to wyraźnie, gdy porównuje się dwie aktywności człowieka: manipulację i wychowanie¹³⁴.

W manipulacji człowiek nigdy nie jest celem samym w sobie, lecz środkiem prowadzącym do celu. Liczy się tu tylko coś, rzeczywistość poza człowiekiem, będącym jej adresatem, która stanowi dobro dla manipulatora

¹²⁹ Tamże, s. 118.

¹³⁰ Tamże, s. 119.

¹³¹ Tamże, s. 119–120.

¹³² Tamże, s. 120.

¹³³ Tamże, s. 135; zob. tenże, *Przeciwstawiać się manipulacji*, dz. cyt., s. 6; tenże, *Jak się przeciwstawiać manipulacji w mass mediach?*, dz. cyt., s. 291.

¹³⁴ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 135–136; zob. tenże, *Manipulowanie człowiekiem jako problem współczesnej pedagogii*, dz. cyt., s. 83; tenże, *Katecheta i świat manipulacji*, dz. cyt., s. 67.

lub grupy osób, jaka za nim stoi. Manipulacja traktuje człowieka jako przedmiot oddziaływania, narzędzie pozwalające osiągnąć cel, którego nie zna. Uzależnia jednostkę oraz czyni z niej niewolnika¹³⁵. W wychowaniu natomiast chodzi zawsze o kogoś – podopiecznego – i jego rozwój osobowy. Proces ten zakłada relację osobową, partnerską. Sprawia, że człowiek staje się wolny, a decyzje podejmuje w sposób odpowiedzialny¹³⁶.

Działania manipulacyjne zmierzają do zdobycia człowieka, zawładnięcia i dysponowania nim, zwłaszcza sferą psychiczno-duchową. Podejmuje się je, by pozyskać społeczeństwo dla realizacji określonych celów¹³⁷.

Pewne formy manipulacji przestają być ukryte i stanowią przedmiot wypowiedzi publicznych. Manipulatorzy próbują wtedy tłumaczyć swoje postępowanie. Wskazują na motywy i cele, mające – według nich – usprawiedliwić taką działalność. W rzeczywistości jednak są to pseudoargumenty, które starają się odwrócić uwagę opinii publicznej od celów prawdziwych. Dobrym tego przykładem jest manipulacja wizerunkiem Kościoła¹³⁸.

Istnieją rozmaite spojrzenia na manipulację antykościelną. Niektórzy głoszą, że przyczyna takiego stanu rzeczy tkwi w samym Kościele, szczególnie w postawie „obleżonej twierdzy” i tendencji do klerykalizacji życia. Jest to – jak twierdzą zwolennicy tej tezy – samoobrona społeczeństwa, mniejszości religijnych czy wyznaniowych przed ekspansją katolicyzmu¹³⁹. Inni uważają, że nie można mówić o manipulacji antykościelnej. Słowa krytyki kierowane pod adresem Kościoła mają służyć jego przemianom wewnętrznej, oczyszczeniu, otwarciu na prąd liberalny, prowadzeniu skutecznego dialogu

¹³⁵ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 136; zob. tenże, *Anatomia manipulowania*, dz. cyt., s. 1; tenże, *Manipulowanie człowiekiem jako problem współczesnej pedagogii*, dz. cyt., s. 78, 83; tenże, *Katecheta i świat manipulacji*, dz. cyt., s. 67–68; tenże, *Pedagogika katolicka wobec manipulacji w mass mediach*, dz. cyt., s. 486–487.

¹³⁶ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 136; zob. tenże, *Manipulowanie człowiekiem jako problem współczesnej pedagogii*, dz. cyt., s. 83, 85; tenże, *Katecheta i świat manipulacji*, dz. cyt., s. 67–68; tenże, *Pedagogika katolicka wobec manipulacji w mass mediach*, dz. cyt., s. 486–487.

¹³⁷ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 137; zob. tenże, *Manipulowanie człowiekiem jako problem współczesnej pedagogii*, dz. cyt., s. 85–86.

¹³⁸ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 138.

¹³⁹ Tamże, s. 138–139; zob. tenże, *Jak się przeciwstawiać manipulacji w mass mediach?*, dz. cyt., s. 292.

ze światem¹⁴⁰. Istnieją również tacy, którzy podkreślają, że ataki na Kościół są zjawiskiem normalnym. Widzą w tym przejawy dojrzałej demokracji¹⁴¹.

Manipulacja antykościelna zakłada cele zagrażające rozwojowi Kościoła i wypełnianiu przez niego misji ewangelizacyjnej w świecie. Posiada też własną specyfikę. Brak znajomości w społeczeństwie jej zasadniczych celów stanowi konsekwencję ukrytych działań i złożoności samego zjawiska¹⁴².

Podstawowym celem manipulacji antykościelnej jest marginalizacja Kościoła, która ma prowadzić do wyeliminowania go z życia publicznego. Cel ten realizuje się na płaszczyźnie hierarchii, jak też wobec osób świeckich¹⁴³. Jego osiągnięciu służą różne działania zmierzające do upowszechnienia pewnych poglądów na temat miejsca i roli Kościoła w społeczeństwie. Poglądy te są następujące:

1) Kościół wraz z nastaniem ustroju demokratycznego nie musi już pełnić funkcji zastępczych (ochrona praw obywateli, troska o prześladowanych i zepchniętych na margines społeczny, przemawianie w imieniu narodu, przestrzeganie przed niebezpieczeństwami)¹⁴⁴;

2) Kościół rości sobie prawo do udziału w życiu politycznym, przekraczając w ten sposób własne kompetencje i przecząc swojemu posłannictwu. Dlatego wciąż funkcjonuje zarzut, że „miesza się do polityki”. Skoro całe społeczeństwo może wpływać na życie polityczne, oceny moralne Kościoła na ten temat są już niepotrzebne. Katolicy świeccy także nie powinni uczestniczyć w polityce. Widać tu próby wykluczenia katolików z życia politycznego¹⁴⁵;

¹⁴⁰ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 139; zob. tenże, *Jak się przeciwstawiać manipulacji w mass mediach?*, dz. cyt., s. 292.

¹⁴¹ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt.

¹⁴² Tamże, s. 140–141; zob. tenże, *Manipulacja w propagandzie antykościelnej...*, dz. cyt., s. 247.

¹⁴³ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 141; zob. tenże, *Jak się przeciwstawiać manipulacji w mass mediach?*, dz. cyt., s. 292; tenże, *Manipulacja w propagandzie antykościelnej...*, dz. cyt., s. 248.

¹⁴⁴ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 142; zob. tenże, *Manipulacja w propagandzie antykościelnej...*, dz. cyt.

¹⁴⁵ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 142–143; zob. tenże, *Manipulacja w propagandzie antykościelnej...*, dz. cyt.; tenże, *Pedagogika katolicka wobec manipulacji w mass mediach*, dz. cyt., s. 484.

3) Kościół zajmuje się polityką i zaniedbuje swoje funkcje, do których należą: ewangelizacja, katecheza, działalność charytatywna. Stąd taki dobór informacji odnośnie bieżącej aktywności Kościoła, aby jego obraz był ubogi, jednostronny, pozbawiony głębi i treści. Czytając prasę laicką, słuchając radia, oglądając telewizję, sięgając do Internetu, można odnieść wrażenie, że interesują go wyłącznie kwestie polityczne¹⁴⁶.

Przedstawione postulaty i oczekiwania wobec Kościoła stanowią środek dla kolejnego celu działań manipulacyjnych, którym jest podważenie zaufania wiernych względem hierarchii kościelnej. Stąd wysuwa się i nagłaśnia oskarżenia, mające osłabić zaufanie do Episkopatu, duszpasterzy, katechetów¹⁴⁷. Istnieją także działania skierowane na podtrzymywanie niechęci i uprzedzeń do Kościoła, jak sprawa jego „finansów” czy kwestia wynagrodzenia księży zatrudnionych w szkołach¹⁴⁸.

Inny cel, który przyświeca manipulacji antykościelnej, to pozbawienie ewangelizacji siły przekazu lub doprowadzenie do sytuacji, w której osiągnie ona skutek odwrotny niż zamierzony (efekt bumerangowy). Manipulacja na tym poziomie zmierza w stronę osłabienia, a następnie osmieszenia autorytetu Kościoła. Określenia typu „ciemnogród”, „zaściankowość” obejmują cały Kościół, szczególnie zaś jego wymiar hierarchiczny, a także katechizujących oraz media katolickie¹⁴⁹.

System S-M-S natomiast ma prowadzić do wypaczenia treści ewangelicznych u adresatów ewangelizacji przez wprowadzanie chaosu w obrębie pojęć, wartości, prawd wiary, norm moralnych. Media często ukazują jednostronny, stereotypowy i negatywny wizerunek osób duchownych, by manipulować odbiorcami¹⁵⁰.

¹⁴⁶ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 143; zob. tenże, *Jak się przeciwstawiać manipulacji w mass mediach?*, dz. cyt.; tenże, *Manipulacja w propagandzie antykościelnej...*, dz. cyt., s. 249; tenże, *Pedagogika katolicka wobec manipulacji w mass mediach*, dz. cyt., s. 484.

¹⁴⁷ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 143; zob. tenże, *Jak się przeciwstawiać manipulacji w mass mediach?*, dz. cyt., s. 292; tenże, *Manipulacja w propagandzie antykościelnej...*, dz. cyt.

¹⁴⁸ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 144.

¹⁴⁹ Tamże; zob. tenże, *Jak się przeciwstawiać manipulacji w mass mediach?*, dz. cyt., s. 292; tenże, *Manipulacja w propagandzie antykościelnej...*, dz. cyt., s. 248–249.

¹⁵⁰ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 145; zob. tenże, *Manipulacja w propagandzie antykościelnej...*, dz. cyt., s. 251.

Przeciwnicy Kościoła wiedzą, jak doniosłą rolę pełni autorytet w wychowaniu i nauczaniu. Podważanie go wpływa na skuteczność ewangelizacji¹⁵¹. Manipulacja antykościelna nie zawsze wprost uderza w Kościół. Przedmiotem ataku stają się często wartości chrześcijańskie, związane z przekazem wiary. W takim kontekście funkcjonuje „mit prywatności religii”¹⁵².

W manipulacji antykościelnej występuje też zabieg odwracania uwagi od spraw ważnych dla Kościoła i społeczeństwa. Stosuje się tu zwykle „manewry odciągające”, polegające na tym, że istotne informacje nie docierają do szerokiego kręgu odbiorców¹⁵³.

Refleksja nad manipulacją antykościelną i jej celami skłania do postawienia pytania: kto stoi za tego rodzaju działaniami? W odpowiedzi można wymienić kilka grup: pewna część ludzi mediów, kultury i nauki; niektórzy politycy; osoby zajmujące eksponowane stanowiska państwowe; instytucje opiniotwórcze; organizacje wspierające proces ateizacji i laicyzacji społeczeństwa¹⁵⁴.

Skutki manipulacji

Działania manipulacyjne prowadzą do degradacji osoby ludzkiej. Traktują człowieka jako narzędzie, które pozwala osiągnąć konkretny – lecz ukryty – cel¹⁵⁵. Ze względu na skrytość działań tylko w niektórych przypadkach

¹⁵¹ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 146; zob. tenże, *Manipulowanie człowiekiem jako problem współczesnej pedagogii*, dz. cyt., s. 83–84.

¹⁵² Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt.; zob. tenże, *Anatomia manipulowania*, dz. cyt., s. 4; tenże, *Mentalność zmanipulowana?*, dz. cyt., s. 6; tenże, *Jak się przeciwstawiać manipulacji w mass mediach?*, dz. cyt., s. 292; tenże, *Manipulacja w propagandzie antykościelnej...*, dz. cyt., s. 250; tenże, *Pedagogika katolicka wobec manipulacji w mass mediach*, dz. cyt., s. 485.

¹⁵³ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 147; zob. tenże, *Jak się przeciwstawiać manipulacji w mass mediach?*, dz. cyt., s. 292; tenże, *Manipulacja w propagandzie antykościelnej...*, dz. cyt., s. 251.

¹⁵⁴ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 148–150; zob. tenże, *Manipulacja w propagandzie antykościelnej...*, dz. cyt., s. 247.

¹⁵⁵ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 153–154.

można ukazać i wyjaśnić pewne zjawiska związane z manipulacją. Dopiero jej wykrycie umożliwia określenie zakresu skuteczności¹⁵⁶.

Skutki, jakie wywołuje manipulacja w osobowości jednostki, dzielą się na dwie grupy: bezpośrednie – przewidziane przez manipulatora w reakcji człowieka wprost poddanego manipulacji, oraz trwałe – pochodzą od dłużej istniejących działań manipulacyjnych i zostawiają głęboki ślad w psychice ludzkiej¹⁵⁷. Trzeba podkreślić, że skutki manipulacji za pomocą środków społecznego przekazu mają ścisły związek z ich działalnością. Media często uzależniają swoich odbiorców. To miejsce, gdzie dominują konkretne światopogląd i orientacja polityczna. Dzięki temu są skutecznym narzędziem manipulacji¹⁵⁸.

Najwięcej można powiedzieć o skutkach bezpośrednich manipulacji. Jest tak dlatego, że pierwszy etap działań manipulacyjnych zakłada stosowanie różnych technik, które obejmują dużą liczbę ludzi. Ich skuteczność jest tu bardziej widoczna niż na etapach późniejszych, gdy mają być osiągnięte cele manipulatorów¹⁵⁹.

Manipulacja bezpośrednia wywołuje określone skutki. W pierwszej kolejności pozbawia człowieka wiedzy związanej z konkretną problematyką. Podawane treści odnoszą się do wybranych kwestii, problemów, zagadnień. Efekt taki powstaje w wyniku „punktowego”, tzn. selektywnego, doboru informacji kosztem pozostałej wiedzy na dany temat. Do podobnego rezultatu prowadzą rozmaite „manewry odciągające”¹⁶⁰. Następnym skutkiem manipulacji to brak zrozumienia zjawisk w ich podstawowym znaczeniu i przesłaniu. Przyczynami są: nadmiar informacji, niewłaściwa forma przekazu, niejasność używanych pojęć, skomplikowany język, wiedza pochodząca tylko z jednego źródła¹⁶¹. Wśród skutków manipulacji należy też wymienić poczucie chaosu na płaszczyźnie życia publicznego (polityka, gospodarka, prawo, moralność). Powodu takiego stanu rzeczy

¹⁵⁶ Tamże, s. 153.

¹⁵⁷ Tamże, s. 154; zob. tenże, *Katecheta i świat manipulacji*, dz. cyt., s. 67.

¹⁵⁸ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 155.

¹⁵⁹ Tamże, s. 156.

¹⁶⁰ Tamże, s. 156–157.

¹⁶¹ Tamże, s. 157.

trzeba upatrywać w bombardowaniu psychiki człowieka treściami niezrozumiałymi i sprzecznymi, hasłami o dużym stopniu sugestywności, które odnoszą się do systemu wartości¹⁶².

W wyniku zniekształcania przekazywanej wiedzy manipulacja wywołuje dezinformację u adresatów. W ramach fałszowania obrazu pewnej rzeczywistości wprowadza do obiegu informacje niepełne oraz nieprawdziwe¹⁶³. Odwraca także uwagę od spraw ważnych dla społeczeństwa i państwa. Jest to efekt „manewru odciągającego”. Element rozproszenia może mieć wymiar epizodyczny, kiedy odnosi się do konkretnej osoby, wydarzenia, instytucji, bądź stały, gdy dotyczy jakiejś sprawy, którą trudno inaczej rozwiązać¹⁶⁴.

Manipulacja wpływa również na życie emocjonalne człowieka. Wzbudza zwykle uczucia negatywne w postaci niechęci, uprzedzeń, a nawet nienawiści do jednostek, organizacji, idei, wartości. Jeśli zachodzi taka potrzeba, rozwija emocje pozytywne względem wybranych osób, poglądów, instytucji¹⁶⁵.

W przypadku manipulacji trwałe skutki zostawiają w psychice ludzkiej ślady, które ciężko usunąć. Pogłębia je dodatkowo stosowanie rozmaitych technik manipulacyjnych¹⁶⁶. Skutkami tego rodzaju działań są chociażby brak krytycyzmu czy stałe zaufanie manipulowanych do „własnych” mediów (pozostających w dyspozycji manipulatorów) przy jednoczesnej podejrzliwości i niechęci wobec konkurencyjnych środków przekazu¹⁶⁷.

Manipulacja na tej płaszczyźnie niweluje indywidualność odbiorcy. Sprowadza do jednego poziomu zachowania, postawy człowieka. Dokonuje również uniformizacji takich sfer jego osobowości jak: styl życia, poglądy, wartości, dążenia¹⁶⁸. Powoduje też bierność, a więc stan, którego następstwami są: zmniejszenie aktywności jednostki, ograniczenie twórczości

¹⁶² Tamże, s. 157–158; zob. tenże, *Słowo zmanipulowane*, dz. cyt., s. 11.

¹⁶³ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 158.

¹⁶⁴ Tamże.

¹⁶⁵ Tamże, s. 158–159; zob. tenże, *Manipulowanie człowiekiem jako problem współczesnej pedagogii*, dz. cyt., s. 81.

¹⁶⁶ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 159.

¹⁶⁷ Tamże.

¹⁶⁸ Tamże, s. 160.

i możliwości rozwoju, obojętność w kwestiach społecznych¹⁶⁹. Manipulacja prowadzi z czasem do ukształtowania postawy zgody na nią, wśród przyczyn której można wymienić: skłonność człowieka do ulegania jej wpływom, tendencyjność w podejmowaniu decyzji, zdolność podporządkowania interesom określonej grupy, kierowanie się własnymi potrzebami przy dokonywanych wyborach¹⁷⁰.

Akceptacja manipulacji oznacza, że człowiek przyjmuje doznawaną manipulację jako osobiste dobro czy sposób na życie. Prowadzi do wykształcenia w psychice jednostki postawy automanipulacji. To niebezpieczna forma manipulacji, gdyż manipulacja zewnętrzna doznaje wzmocnienia ze strony osoby poddawanej jej wpływom. Następuje utożsamienie przedmiotu i podmiotu manipulacji¹⁷¹. Manipulacja trwała może ukształtować w człowieku stan zmanipulowania. Ten zaś jest fundamentem dla powstania mentalności zmanipulowanej, która blokuje wszelkie próby pozytywnego wpływu na osobowość jednostki, a także ogranicza zdolność krytycznego myślenia¹⁷².

Skutki manipulacji bezpośredniej i trwałej są wyzwaniem zarówno dla teoretyków, jak też praktyków wychowania. Stanowią trudny problem pedagogiczny, który wymaga podjęcia odpowiednich kroków celem ochrony młodzieży¹⁷³. Media manipulują społeczeństwem, przez co stają się dziś środkami antyewangelizacji oraz przyspieszają procesy ateizacji i laicyzacji¹⁷⁴.

¹⁶⁹ Tamże, s. 160–161.

¹⁷⁰ Tamże, s. 161; zob. tenże, *Zmanipulować logosferę człowieka*, dz. cyt., s. 65.

¹⁷¹ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 161–162; zob. tenże, *Zmanipulować logosferę człowieka*, dz. cyt.

¹⁷² Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 162–163; zob. tenże, *Mentalność zmanipulowana?*, dz. cyt., s. 6; tenże, *Katecheta i świat manipulacji*, dz. cyt., s. 67; tenże, *Zmanipulować logosferę człowieka*, dz. cyt., s. 65; A. Lepa, K. Cegielska, dz. cyt., s. M3.

¹⁷³ A. Lepa, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 164.

¹⁷⁴ Tamże.

Manipulacja jako wyzwanie dla pedagogiki

Manipulacja stwarza zagrożenie dla rozwoju osobowego człowieka. Dlatego powinna być przedmiotem zainteresowania wszystkich, którym zależy na dobru wychowania młodego pokolenia, szczególnie zaś pedagogów¹⁷⁵.

Istnieje kilka powodów, które sprawiają, że manipulacja stanowi wyzwanie dla pedagogiki. Działania manipulacyjne nie tylko utrudniają proces prawidłowego kształtowania osobowości człowieka, ale potrafią go udaremnić¹⁷⁶. Jednostka się rozwija, gdy posiada ku temu stosowne warunki: wychowanie oparte na wolności oraz miłości, możliwość realizacji własnych zdolności, umiejętność samodzielnych wypowiedzi, odpowiednia hierarchia norm i zasad, posiadanie autorytetów, uczestnictwo w kulturze¹⁷⁷. Dla rozwoju osobowości chrześcijańskiej ważne miejsce zajmują: pogłębianie wiedzy religijnej, budowanie życia oparte na wierze i miłości, przewycięzanie kryzysów w wierze, chrześcijański system wartości, znajomość osób będących świadkami wiary¹⁷⁸. Czynniki te ukazują, jak szeroki może być zakres oddziaływania manipulatora. Wpływy manipulacji ograniczają, a nawet niszczą rozwój osobowy jednostki¹⁷⁹.

Manipulacja prowadzi do negatywnych zmian w osobowości człowieka, przez co staje się dużym wyzwaniem dla pedagogiki. Przykładami są uległość wobec manipulacji (zgoda i akceptacja) oraz automanipulacja¹⁸⁰. Wśród czynników, które wzbudzają zainteresowanie manipulacją od strony pedagogicznej, należy wymienić również problemy moralne i wychowawcze, jakie wynikają z aktywności manipulatorów. Chodzi tu o jednostki zawodowo uprawiające manipulację oraz wszystkich, którzy manipulują innymi w ramach codziennych relacji międzyludzkich. W tym kontekście

¹⁷⁵ Tamże, s. 169; zob. tenże, *Anatomia manipulowania*, dz. cyt., s. 4; tenże, *Manipulowanie człowiekiem jako problem współczesnej pedagogii*, dz. cyt., s. 82; tenże, *Mentalność zmanipulowana?*, dz. cyt., s. 6; tenże, *Manipulacja. II. Aspekt społeczny...*, dz. cyt., kol. 1159; tenże, *Manipulacja w propagandzie szeptanej a wychowanie*, dz. cyt., s. 230.

¹⁷⁶ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 170.

¹⁷⁷ Tamże.

¹⁷⁸ Tamże, s. 170–171.

¹⁷⁹ Tamże, s. 171.

¹⁸⁰ Tamże, s. 171–172; zob. tenże, *Pedagogika katolicka wobec manipulacji w mass mediach*, dz. cyt., s. 489.

pedagogikę interesuje zagadnienie autodestrukcji, właściwe dla osób będących podmiotami działań manipulacyjnych¹⁸¹.

Dla pedagogiki katolickiej manipulacja stanowi także czynnik utrudniający ewangelizację. Sytuacja taka ma miejsce, gdy człowiek, którego się ewangelizuje, jest równocześnie przedmiotem manipulacji lub wskutek manipulacji wyraża obojętność względem rozmaitych form ewangelizacji (katecheza, duszpasterstwo parafialne)¹⁸². Manipulacja antykościelna wzbudza często u swoich odbiorców niechęć i uprzedzenia wobec Kościoła, a także postawę nienawiści, obejmującą całość dzieła ewangelizacji¹⁸³.

Działania manipulacyjne wywierają negatywny wpływ na jednostkę i społeczeństwo. Powstaje więc pytanie: jakie wnioski i postulaty płyną z tych skutków dla teorii oraz praktyki wychowania?¹⁸⁴. Jednym z zadań nauk pedagogicznych w tym zakresie jest opracowanie teorii wychowania do mediów. Człowiek odpowiednio przygotowany na spotkanie z mediami (prasą, radiem, telewizją, Internetem) może ustrzec się przed negatywnymi skutkami manipulacji. Pogłębiona znajomość środków masowego przekazu oraz mechanizmów ich funkcjonowania zapewni odbiorcy właściwe korzystanie z mediów. Mogą one pełnić pozytywną rolę w integralnym rozwoju jednostki i prawidłowym kształtowaniu relacji międzyludzkich¹⁸⁵.

Nauki pedagogiczne mają mówić o zagrożeniach, jakie niesie manipulacja dla osobowości człowieka. Oprócz publikacji pedagogów należy także uwzględnić wypowiedzi dziennikarzy na temat niebezpieczeństw związanych z manipulacją w mediach¹⁸⁶. Na tej płaszczyźnie trzeba również ukazywać różnice między działalnościami pedagogiczną a manipulacyjną, procesem wychowania a manipulacją¹⁸⁷.

¹⁸¹ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 172.

¹⁸² Tamże, s. 172–173; zob. tenże, *Pedagogika katolicka wobec manipulacji w mass mediach*, dz. cyt., s. 486.

¹⁸³ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 173.

¹⁸⁴ Tamże, s. 173–174.

¹⁸⁵ Tamże, s. 174; zob. tenże, *Pedagogika katolicka wobec manipulacji w mass mediach*, dz. cyt., s. 488.

¹⁸⁶ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 175.

¹⁸⁷ Tamże; zob. tenże, *Katecheta i świat manipulacji*, dz. cyt., s. 67–68; tenże, *Pedagogika katolicka wobec manipulacji w mass mediach*, dz. cyt., s. 486–487.

Wśród konkretnych przedsięwzięć, jakich potrzebuje praktyka wychowania, warto omówić kilka z nich. W oparciu na analizie czynników negatywnych, które powoduje manipulacja, należy przeprowadzić rzetelne badania nad postawami: makiawelizmu, automanipulacji, podatności na manipulację¹⁸⁸.

Praktyka wychowania wymaga też opracowania teorii postaw pozytywnych, jakie należy kształtować u podopiecznych w odpowiedzi na manipulację istniejącą w mediach i relacjach międzyludzkich. Trzeba stworzyć zaplecze teoretyczne dla pedagogiki, uwzględniające dwie postawy: odporności wobec manipulacji – zapobiega uległości i automanipulacji, dialogu empatycznego – przeciwieństwo makiawelizmu. Należy również odpowiedzieć na pytanie: jak media mogą uczestniczyć w formowaniu młodego pokolenia do właściwego odbioru środków masowego przekazu? Wychowanie na tym poziomie musi uwzględniać fakt, że są one także nośnikami manipulacji¹⁸⁹.

Pedagogika powinna inspirować powstawanie i rozwój mediów, będących środowiskiem wychowania w oparciu na komunikacji uczestniczącej. System komunikacji uczestniczącej nie tylko utrudnia działania manipulacyjne, lecz prowadzi także do ich ujawnienia i wyeliminowania. Ważne miejsce zajmują tu media katolickie. Stanowią one alternatywę dla tych środków społecznego przekazu, które służą manipulacji¹⁹⁰.

Wyzwaniem dla pedagogiki jest podjęcie interdyscyplinarnych badań nad manipulacją. Dzięki nim nauki pedagogiczne otrzymają nowe dane na temat manipulacji, poznają inne mechanizmy jej funkcjonowania i przyczynią się do pogłębienia wiedzy w społeczeństwie o tym zjawisku¹⁹¹.

¹⁸⁸ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 175–176; zob. tenże, *Przeciwstawiać się manipulacji*, dz. cyt., s. 6.

¹⁸⁹ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 176–177; zob. tenże, *Pedagogika katolicka wobec manipulacji w mass mediach*, dz. cyt., s. 488–489.

¹⁹⁰ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 177–178.

¹⁹¹ Tamże, s. 178–179; zob. tenże, *Manipulowanie człowiekiem jako problem współczesnej pedagogii*, dz. cyt., s. 87; tenże, *Katecheta i świat manipulacji*, dz. cyt., s. 70.

Przeciwdziałanie manipulacji

W stosunku do działań manipulacyjnych trzeba wyrażać sprzeciw. Może on przyjmować rozmaite postaci: od braku solidarności i współpracy z manipulatorami, przez postawę krytycyzmu, aż po formy zorganizowanego protestu¹⁹².

Manipulacja charakteryzuje się specyficzną naturą. Wywiera znaczący wpływ na jednostkę i społeczeństwo. Brak reakcji wobec niej często prowadzi do przyjęcia treści, jakie niesie. Skuteczność zapewniają jej również niezdecydowanie oraz ambiwalencja ze strony odbiorców. Najłatwiej manipulować ludźmi, którzy odznaczają się takimi właśnie cechami osobowości, a także niską samooceną i różnymi kompleksami¹⁹³.

Podstawową formą przeciwdziałania manipulacji jest kształtowanie odpowiedniej postawy względem tego zjawiska. Istotne miejsce zajmuje element dezaprobaty, który – ze strony chrześcijanina – stanowi naturalną reakcję na występujące tu zło moralne. Do obowiązków całego Kościoła należy zdecydowane i odważne przeciwstawianie się wszelkiej działalności manipulacyjnej¹⁹⁴.

Odkrywanie manipulacji wymaga znajomości natury oraz mechanizmów funkcjonowania mediów. Środki masowego przekazu różnie oddziałują na adresatów. Widać to szczególnie w sferze języka. Inaczej wyglądają wypowiedzi prasowe, radiowe, telewizyjne, internetowe. Język to płaszczyzna subtelnej manipulacji¹⁹⁵.

Poznanie działalności mediów umożliwiającą liczne publikacje. Ich systematyczna lektura domaga się pogłębionej refleksji, wymiany zdań,

¹⁹² Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 183; zob. tenże, *Manipulowanie człowiekiem jako problem współczesnej pedagogii*, dz. cyt., s. 86; tenże, *Katolik wobec mediów*, w: *Kalendarz Rolników 1994*, red. E. Marciniak, Włocławek 1994, s. 56; tenże, *Jak się przeciwstawiać manipulacji w mass mediach?*, dz. cyt., s. 294; tenże, *Manipulacja*, dz. cyt., s. 257; tenże, *Słowo zmanipulowane*, dz. cyt., s. 11.

¹⁹³ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 183–184.

¹⁹⁴ Tamże, s. 184, 209; zob. tenże, *Przeciwstawiać się manipulacji*, dz. cyt., s. 6; tenże, *Manipulacja w propagandzie antykościelnej...*, dz. cyt., s. 252–253; tenże, *Pedagogika katolicka wobec manipulacji w mass mediach*, dz. cyt., s. 488.

¹⁹⁵ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 185; zob. tenże, *Katecheta i świat manipulacji*, dz. cyt., s. 69; tenże, *Manipulacja w propagandzie antykościelnej...*, dz. cyt., s. 252.

komentarzy. Pożyteczne są też bezpośrednie kontakty z dziennikarzami potrafiącymi mówić o manipulacji w mediach¹⁹⁶.

Wśród zagadnień, które potrzebują nieustannej weryfikacji ze strony odbiorców mediów, należy wymienić sondaże opinii publicznej. Przeprowadzają je niektóre instytucje oraz media. Ich wyniki bywają obszarem subtelnej, ukrytej manipulacji, dlatego powinny być przedmiotem rzetelnej, krytycznej oceny¹⁹⁷.

Działania manipulacyjne trzeba ujawniać – tylko wtedy przestaną wyrządzać szkody. Stąd istnieje konieczność mówienia o manipulacji. Proces ten przyjmuje różne formy: rozmowy w kręgu rodziny lub znajomych, listów protestacyjnych z podpisami, wypowiedzi w mediach. Informowanie często pokrywa się z uświadamianiem innych, zwłaszcza mniej krytycznych, osób na temat zagrożeń, jakie niesie manipulacja¹⁹⁸.

Zapobieganie manipulacji to zadanie trudne. Manipulacja zmierza bowiem do tego, by przekonać jednostkę i społeczeństwo, że jej nie ma. Ujawnienie aktywności manipulacyjnej w mediach wymaga odwagi, konsekwencji w działaniu, wrażliwości na prawdę¹⁹⁹. Manipulacja jest postacią kłamstwa. Przecistawianie się jej może oznaczać publiczne dawanie świadectwa. Szczególną misję do spełnienia w tym zakresie mają ci, którzy swoją pracą wywierają największy wpływ na poglądy i postawy innych osób: ludzie kultury i sztuki, nauczyciele, duszpasterze, katecheci, publicyści, dziennikarze²⁰⁰.

Na manipulację trzeba odpowiednio reagować. Służą temu różne formy sprzeciwu. Wśród nich istotne miejsce zajmują: wspieranie publicznych wypowiedzi, które krytykują wszelkie przejawy manipulacji; popieranie wartościowych treści, jakie przekazują media; budowanie logosfery.

¹⁹⁶ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 185–186; zob. tenże, *Manipulowanie człowiekiem jako problem współczesnej pedagogii*, dz. cyt., s. 86–87; tenże, *Katolik wobec mediów*, dz. cyt., s. 56; tenże, *Manipulacja w propagandzie antykościelnej...*, dz. cyt., s. 252.

¹⁹⁷ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 186.

¹⁹⁸ Tamże, s. 186–187; zob. tenże, *Jak się przeciwstawiać manipulacji w mass mediach?*, dz. cyt., s. 294–296; tenże, *Manipulacja w propagandzie antykościelnej...*, dz. cyt., s. 252–253.

¹⁹⁹ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 187; zob. tenże, *Katecheta i świat manipulacji*, dz. cyt., s. 69.

²⁰⁰ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 187–188; zob. tenże, *Jak się przeciwstawiać manipulacji w mass mediach?*, dz. cyt., s. 294–295.

Prowadzą one do ukształtowania w jednostce i społeczeństwie wrażliwości na działania manipulacyjne²⁰¹.

Ważne znaczenie dla przeciwdziałania manipulacji ma tworzenie logosfery, czyli kultury (środowiska) słowa. Składa się na nią przede wszystkim słowo mówione. W tym kontekście należy docenić rozmaite płaszczyzny, w których funkcjonuje słowo: rozmowę spontaniczną (opinia, komentarz, dyskusja), czytanie (książka, prasa, literatura religijna), słuchanie (radio, telewizja, Internet)²⁰². W logosferze powinna być przestrzeń dla spotkań z osobami, które właściwie posługują się słowem: literatami czy dobrymi mówcami²⁰³. Logosfera ma bowiem zapewniać kontakt ze słowem drukowanym w postaci ambitnej książki oraz wartościowej prasy. To również środowisko tworzenia bibliotek domowych i publicznych²⁰⁴. Taka struktura logosfery i uczestnictwo w niej pozwolą jednostce przeciwstawiać się różnym formom manipulacji. Dojdzie do tego, gdy będzie ona miejscem kształtowania zmysłu krytycznego w odniesieniu do treści, jakie przekazują media²⁰⁵. W rozumieniu chrześcijańskim logosfera posiada wymiar personalistyczny. Słowem jest Jezus Chrystus, który – jako najgłębszy Sens Boga – daje człowiekowi wolność i wyzwala go z wszelkich form zniewolenia, do których prowadzi manipulacja²⁰⁶.

Zakończenie

Problematyka dotycząca manipulacji jest złożona i wielopłaszczyznowa. Obejmuje wiele zagadnień związanych z działalnością mediów. Środki masowego przekazu to płaszczyzna, w obrębie której funkcjonuje manipulacja.

²⁰¹ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 190; zob. tenże, *Jak się przeciwstawiać manipulacji w mass mediach?*, dz. cyt., s. 295.

²⁰² Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 193; zob. tenże, *Jak się przeciwstawiać manipulacji w mass mediach?*, dz. cyt., s. 297; tenże, *Zmanipulować logosferę człowieka*, dz. cyt., s. 63.

²⁰³ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 194.

²⁰⁴ Tamże; zob. tenże, *Jak się przeciwstawiać manipulacji w mass mediach?*, dz. cyt., s. 297.

²⁰⁵ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 194–195; zob. tenże, *Jak się przeciwstawiać manipulacji w mass mediach?*, dz. cyt., s. 297.

²⁰⁶ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 195–196; zob. tenże, *Pedagogika katolicka wobec manipulacji w mass mediach*, dz. cyt., s. 491.

Są one ważnym obszarem przepływu informacji. Dlatego stanowią skuteczne narzędzie oddziaływania na człowieka²⁰⁷.

Manipulacja posługuje się kłamstwem. Przedstawia nie tylko „w krzywym zwierciadle” pewne zjawiska, lecz przede wszystkim fałszuje jakiś istotny aspekt otaczającego świata. Wskutek takich zabiegów powstaje nieprawdziwy, błędny obraz społeczeństwa, młodzieży, Kościoła²⁰⁸.

Media kształtują poglądy, opinie, stanowiska. Wywierają zatem bezpośredni wpływ na osobowość człowieka. Ich rozwój umożliwia doskonalenie technik manipulacji²⁰⁹.

Manipulację trzeba dziś uznać za rzeczywistość, w jakiej żyje człowiek. Świadomość tego faktu powinna skłaniać do podejmowania refleksji oraz aktywnych postaw wobec wszelkich form manipulacji, by chronić jednostkę i społeczeństwo przed jej negatywnymi skutkami²¹⁰.

Biogram

Paweł Szuppe – doktor nauk teologicznych w zakresie teologii religii, misjolog, religioznawca. Adiunkt w Katedrze Dialogu Międzyreligijnego i Ekumenizmu w Instytucie Nauk Teologicznych Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego. Członek Komitetu ds. Dialogu z Religiami Niechrześcijańskimi Konferencji Episkopatu Polski. Członek-korespondent Stowarzyszenia Misjologów Polskich. Wolontariusz Dominikańskiego Centrum Informacji o Nowych Ruchach Religijnych i Sektach w Warszawie. Autor ponad 100 publikacji naukowych i popularno-naukowych. Obszary badań: sekty i nowe ruchy religijne, wychowanie i edukacja w kulturach świata, parareligijny charakter nazizmu, informacja naukowa.

Streszczenie

Artykuł ukazuje problematykę manipulacji w mediach według biskupa Adama Lepy. Przedstawia pojęcie manipulacji, jej rodzaje, mechanizmy funkcjonowania, podstawowe cele oraz skutki, do których prowadzi. Prezentuje manipulację jako wyzwanie dla pedagogiki. Omawia też inicjatywy, jakie warto podejmować, by przeciwdziałać manipulacji.

Słowa kluczowe: manipulacja, media, biskup Adam Lepa

²⁰⁷ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 235.

²⁰⁸ Tamże, s. 220; zob. tenże, *Manipulacja w propagandzie antykościelnej...*, dz. cyt., s. 247.

²⁰⁹ Tenże, *Świat manipulacji*, dz. cyt., s. 223, 235.

²¹⁰ Tamże, s. 236; zob. tenże, *Katecheta i świat manipulacji*, dz. cyt., s. 68; tenże, *Pedagogika katolicka wobec manipulacji w mass mediach*, dz. cyt., s. 483.

Summary

The article shows the problem of manipulation in the media according to bishop Adam Lepa. He presents the concept of manipulation, types, mechanisms of functioning, basic goals and the effects to which it leads. He presents manipulation as a challenge for pedagogy. He also discusses initiatives worth taking to counter manipulation.

Keywords: manipulation, media, bishop Adam Lepa

Bibliografia

- Lepa A., *Anatomia manipulowania*, „Niedziela” 33 (1990), nr 46, s. 1, 4.
- Lepa A., *Jak się przeciwstawiać manipulacji w mass mediach?*, „Wiadomości Archidiecezjalne Łódzkie” 1995, nr 7–8, s. 290–298.
- Lepa A., *Katecheta i świat manipulacji*, „Katecheta” 39 (1995), nr 2, s. 65–70.
- Lepa A., *Katolik wobec mediów*, w: *Kalendarz Rolników 1994*, red. E. Marciniak, Włocławek 1994, s. 55–57.
- Lepa A., *Manipulacja*, w: *Encyklopedia „Białych Plam”*, t. 11, red. A. Winiarczyk, Radom 2003, s. 256–257.
- Lepa A., *Manipulacja. II. Aspekt społeczny. 1. W środkach masowego przekazu*, w: *Encyklopedia katolicka*, t. 11, red. E. Ziemann, R. Sawa i in., Lublin 2006, kol. 1158–1159.
- Lepa A., *Manipulacja czy „pranie mózgu”?*, „Niedziela” 38 (1995), nr 13, s. 5.
- Lepa A., *Manipulacja w propagandzie antykościelnej i jej rzeczywiste cele*, „Wiadomości Archidiecezjalne Łódzkie” 1995, nr 6, s. 246–253.
- Lepa A., *Manipulacja w propagandzie szeptanej a wychowanie*, w: *Manipulacja – Media – Edukacja*, red. B. Siemieniecki, Toruń 2007, s. 225–232.
- Lepa A., *Manipulowanie człowiekiem jako problem współczesnej pedagogii*, „Ethos” 5 (1992), nr 1, s. 77–87.
- Lepa A., *Mentalność zmanipulowana?*, „Niedziela” 37 (1994), nr 49, s. 6.
- Lepa A., *Pedagogika katolicka wobec manipulacji w mass mediach*, „Wiadomości Archidiecezjalne Łódzkie” 1995, nr 11, s. 483–491.
- Lepa A., *Przeciwstawiać się manipulacji*, „Ład” 10 (1992), nr 34, s. 1, 6.
- Lepa A., *Słowo zmanipulowane*, „Nasz Dziennik” 2009, nr 33, s. 10–11.
- Lepa A., *Świat manipulacji*, Częstochowa 1997.
- Lepa A., *Zmanipulować logosferę człowieka*, „Frona” 2010, nr 57, s. 59–75.
- Lepa A., Cegielska K., *Sprzeciw wobec manipulacji*, „Nasz Dziennik” 2016, nr 18, dod. „Nasz Magazyn” nr 172, s. M2–M3.

Część IV.
Obecność i wizerunek
Kościła katolickiego w mediach
w Polsce

Obraz Kościoła i słowo o Kościele w twórczości biskupa Adama Lepy

Posługa biskupa Adama Lepy w sposób oczywisty i konieczny wiązała się z objawianiem tajemnicy Kościoła. Służył on posługą sakramentalną, przepowiadał słowo Boże, podkreślał znaczenie parafii jako podstawowej struktury duszpasterskiej. Będąc świadomym dyskusji wokół tej właśnie podstawowej struktury, a także głosów dotyczących jej kryzysu, wykazywał niezmiennie wiarę w nieprzemijające znaczenie rzeczywistości parafialnej. Pisał przykładowo, że „każda parafia również wielkowiejska, jest środowiskiem wychowawczym, zdolnym w jakiejś mierze do skutecznych oddziaływań na osobowość tych, którzy tworzą wspólnotę parafialną. Dysponuje bowiem wystarczającą ilością elementów zdolnych do zbudowania struktury środowiska”¹. W tym spojrzeniu na parafię, a poprzez nią na Kościół, daje się zauważyć zindywidualizowane spojrzenie biskupa Lepy na tematykę eklesjalną i eklezjologiczną. Wynika ona z profilu jego działalności naukowej.

¹ A. Lepa, *Parafia wielkowiejska jako środowisko wychowawcze*, w: *Dziś i jutro parafii*, red. tegoż, Łódź 1991 s. 12.

Jej początek związany był z publikacją w roku 1969 dwóch znamienych – jak się okazało – artykułów. Pierwszy, przedstawiony w środowisku ówczesnej Akademii Teologii Katolickiej w Warszawie, był poświęcony zależnościom między wychowaniem w rodzinie a przestępczością wśród młodzieży². Drugi, opublikowany w „Wiadomościach Diecezjalnych Łódzkich”, przedstawiał ustosunkowanie katechety wobec tematyki audiowizyjnej³. Właśnie te dwa profile wyrażane od początku badań naukowych – pedagogiczny i medioznawczy – rzutowały bez wątpienia na indywidualny, osobisty sposób oglądania Kościoła przez Adama Lepę.

Zainteresowania problematyką medialną stały się dla niego konsekwencją posłuszeństwa okazanego ówczesnemu biskupowi diecezjalnemu Michałowi Klepaczowi. Biskup łódzki w 1965 roku mianował księdza Adama Lepę przewodniczącym Diecezjalnej Komisji do spraw Środków Społecznego Przekazu. Realizacja tego zadania została podjęta przez Lepę w sposób nie tylko wierny, ale wybitny i naznaczony pasją badawczą. Nie dziwiło zatem, że rok po konsekracji biskupiej w 1988 roku Adam Lepa stanął na czele Komisji Episkopatu Polski ds. Środków Społecznego Przekazu⁴, a w 1989 roku wszedł w skład Europejskiego Komitetu Biskupów ds. Mediów Masowych (CEEM).

Ten fragment rysu biograficznego wydaje się zasadny. Stanowi bowiem założenie wprowadzające do dalszych refleksji. Zostanie w nich przedstawiony – rzecz jasna bardzo pobieżnie i skrótowo – obraz Kościoła katolickiego w Polsce w latach 90. XX wieku. Następnie zostanie ukazana demaskacja mechanizmów wypaczających wizerunek tegoż Kościoła i wreszcie – w trzeciej części – niezmiernie ważny czynnik, jakim była kwestia pedagogizacji wiernych, ale także w sposób szczególny duszpastry, do aktywnego uczestnictwa w odbiorze i tworzeniu mediów we wspólnocie Kościoła.

² Tenże, *Wychowanie w rodzinie a przestępczość młodzieży*, w: *Działalność naukowa Wydziału Teologicznego*, red. J. Nosowski, Warszawa 1969, s. 296–300.

³ Tenże, *Katecheta wobec audiowizji*, „Wiadomości Diecezjalne Łódzkie” 1969, nr 2 s. 162–167.

⁴ Funkcję tę pełnił do 1994 roku.

Kościół pierwszych lat transformacji ustrojowej

Adam Lepa, zarówno jako duszpasterz, jak i później hierarcha Kościoła, reagował w różny sposób na wydarzenia dotyczące życia wspólnoty wiernych. Warto zauważyć chociażby jego konkretny i podstawowy wkład w organizowanie papieskiej pielgrzymki do Łodzi 13 czerwca 1987 roku. Wiele informacji na ten temat przekazano w publikacji poświęconej temu wydarzeniu⁵. Książka, jak zaznacza autor, jest z jednej strony reportażem z prac przygotowawczych do wizyty papieskiej w Łodzi, z drugiej zaś – osobistym wspomnieniem wielkich i znaczących wydarzeń z nią związanych, jak również próbą usystematyzowania podjętych przez diecezję inicjatyw duszpasterskich. Stanowi wreszcie świadectwo wiary i zaangażowania kapłanów i świeckich, którzy z przygotowani do wizyty uczynili osobistą pasję i przygodę życia⁶.

Przywołana publikacja jak żadna inna pozwala spojrzeć na odczytywanie obecności Kościoła w tej wielowymiarowej płaszczyźnie, poczynając od spraw technicznych, przez duszpasterskie, aż po świadectwo wiary, które rzutuje na piękno i radość życia. Zapis papieskiej pielgrzymki – jednodniowego pobytu w Łodzi – pozwala odczytać obecność Kościoła w dobie, w której wolność zdawała się już na wyciągnięcie ręki. Istotnie rok 1989 przyniósł zmiany polityczno-ustrojowe w Polsce, które stały się zaczątkiem III Rzeczypospolitej. Oznaczały one jednocześnie istotne przemiany w wielu dziedzinach, których nie sposób w tym miejscu przedstawić. Jedną z istotniejszych wydaje się etos solidarności zrodzony w 1979 roku wraz z pierwszą pielgrzymką św. Jana Pawła II do Polski, która wyzwoliła w społeczeństwie (stającym się narodem) z jednej strony solidarność w budowaniu dobra wspólnego, a z drugiej – sprzeciw wobec ideologii komunistycznej. Ta solidarność została niejako wchłonięta przez instytucje polityczne. Czerwiec 1989 roku w pewnym sensie oznacza kres solidarności budowanej jako – zgodnie z papieskimi słowami – „jeden i drugi [...] nigdy jeden przeciw drugiemu”⁷.

⁵ Por. tenże, *Papież Jan Paweł II w Łodzi 13 czerwca 1987 r.*, Łódź 2017.

⁶ Por. tamże, s. 184.

⁷ Por. Jan Paweł II, *Homilia z mszy dla świata pracy w Gdańsku*, Gdańsk, 12 czerwca 1987.

Nowa rzeczywistość domagała się także odczytania na nowo treści wolności i realizowania tej wolności w życiu publicznym. Z tego względu pielgrzymka Jana Pawła II, pierwsza w wolnej Polsce, w 1991 roku miała wskazać, że celem wyzwolenia z ideologii komunistycznej nie powinna być wolność sama w sobie, ale przymierze z Bogiem gwarantujące trwałą wolność. Papieskie przesłanie nie zostało – mówiąc oględnie – przyjęte ze zrozumieniem. Spotkało się wręcz z dezaprobatą i odrzuceniem. To wtedy zaczęły się pojawiać pierwsze bardzo obszerne i zarazem wyrafinowane słowa krytyki pod adresem Kościoła katolickiego w Polsce. Ten moment historyczny zasługuje na przypomnienie, ponieważ to właśnie w roku 1994, a więc w okresie, w którym krytyka Kościoła stała się zjawiskiem już ugruntowanym, pojawiają się dwie fundamentalnie ważne prace biskupa Lepy – *Świat propagandy*⁸ i *Świat manipulacji*⁹.

Inaczej rzecz ujmując, wydaje się rzeczą konieczną nakreślenie, oczywiście pobieżne i fragmentaryczne, istotnych elementów określonego w przestrzeni medialnej wizerunku Kościoła katolickiego w Polsce. Można chyba bowiem spekulować, że właśnie w okresie transformacji ustrojowej zaczęły pojawiać się w nowej postaci elementy manipulacji i propagandy, które stały się poważnym zagrożeniem dla trwałości kruchej wspólnoty narodowej. Z tego powodu został także przedmiotem szczególnego zaangażowania Adama Lepy.

O słuszności tej tezy może świadczyć wstęp do *Świata propagandy*:

Ostatnia niedziela czerwca 1993 r. w niewielkim mieście Polski centralnej. Zwraca uwagę głośna rozmowa dwóch starszych pań wychodzących z kościoła po Mszy św. i do głębi wzburzonych. Pierwsza pani: „I znowu Kościół miesza się do tej polityki!” Druga pani: „Gdybym wiedziała, że list biskupów będzie o polityce, nie poszłabym do kościoła!”¹⁰

⁸ A. Lepy, *Świat propagandy*, Biblioteka „Niedzieli”, Częstochowa 1994, s. 184.

⁹ Tenże, *Świat manipulacji*, Biblioteka „Niedzieli”, Częstochowa 1997, s. 255.

¹⁰ Wypowiedź biskupów polskich, której dotyczyła rozmowa, ogłoszona została po Sesji Plenarnej Episkopatu, odbytej 18–19 czerwca 1993 roku w Olsztynie. Przypominała o podstawowych powinnościach ludzi wierzących w związku z wyborami do parlamentu zapowiedzianymi na 19 września 1993 roku, które oddały władze w ręce ugrupowań lewicowych.

Daleko posunięta uległość propagandowa jest dziś jedną z głównych właściwości społeczeństwa postkomunistycznego. W systemach totalitarnych propaganda zajmuje miejsce uprzywilejowane, staje się bowiem głównym narzędziem w sprawowaniu władzy i kanałem skutecznego wpływania na opinię obywateli. Prawidłowość ta odnosi się w szczególnym stopniu do propagandy komunistycznej. Jest ona zawsze nieodzownym „priorytetem” w państwie, skoro Lenin zwykł mówić, że „zła propaganda to gorzej niż kontrrewolucja”¹¹.

Biskup Lepa zwracał uwagę zarazem, że

nowa propaganda, prowadzona po 1989 r., stwarza niespotykane dotąd pozory wiarygodności, dzięki czemu staje się o wiele skuteczniejsza od swojej poprzedniczki. Słuszną opinię na ten temat wypowiedział jeden z publicystów: „Polskie media dawno już przestały kłamać w taki sposób, jak to robiła «Prawda». Dziś manipulują tak, jak to robi «New York Times»”¹².

Jak zatem wyglądał obraz Kościoła w Polsce w latach 90. XX wieku, w okresie bezpośrednio następującym po czwartej pielgrzymce św. Jana Pawła II do ojczyzny i zarazem w czasie, w którym tworzone były *Świat propagandy* i *Świat manipulacji*?

Był to czas przełomu politycznego, transformacji ustrojowej, związany najpierw z wydarzeniami Okrągłego Stołu i ich konsekwencją w postaci wyborów czerwcowych. Czerwiec 1989 roku powszechnie uchodzi za moment zmiany ustrojowej w Polsce, a zatem zwycięstwo. Nieliczni dostrzegali skalę ryzyka i zagrożeń płynących z transformującej się rzeczywistości.

Przed wszystkim budowa systemu demokratycznego wchłonęła niemal natychmiast ideały solidarności. Znamiennym stało się to, że w budowie nowej Rzeczypospolitej praktycznie porzucono zarówno ideały solidarności, jak i ich pierwotnego twórcę i jego nauczanie z lat: 1979, 1983 i 1987. Symbolicznie ujmując, wielu opozycjonistów, którzy zawdzięczali swoją wolność i życie Kościołowi, chroniąc się przestrzeni kościelnej, traktując

¹¹ A. Lepa, *Świat propagandy*, dz. cyt., s. 5–6.

¹² Tamże, s. 7. Cyt. za R. A. Ziemkiewicz, „TET” *nad Wisłą*, „Debata” 1994, nr 2, s. 70–72.

Kościół jako azyl, po zmianie roku 1989 zdecydowanie zaczęło okazywać swój dystans. W minionych latach Kościół był jednak jedyną przestrzenią nauczającą wartości tworzących demokrację – wartości, które miały moc obalenia reżimu komunistycznego. Po roku 1989 szybko stało się jasne, że nauczanie Kościoła nie przystaje do nowych realiów.

Rok 1989 zaczął oznaczać nie tylko krytycyzm wobec nauczania Kościoła (a w polskich realiach nade wszystko sceptycyzm wobec nauczania ówczesnego papieża), ale także stał się wyrazem dotkliwych i niepokojących zmian społecznych. Jan Paweł II był świadomy społecznych, ekonomicznych, ale także duchowych skutków transformacji ustrojowej jako spuścizny wydarzeń roku 1989. W toczącej się dyskusji wokół kształtu Polski po przełomie 1989 roku zabrał głos w postaci pielgrzymki do wolnej Polski w 1991 roku. Zaproponował to, co można nazwać nieformalną konstytucją IV Rzeczypospolitej. Przypominając zasady Dekalogu, od początku wskazywał, że mają one charakter nie tylko i nie tyle konfesyjny, co związany integralnie z prawem naturalnym, a zatem prawem angażującym racjonalność człowieka. Przedstawiając poszczególne przykazania, dokonał ich aktualizacji i kontekstualizacji, osadzając w bieżących wyzwaniach polskiego życia publicznego.

Po latach szczególnie mocno wybrzmiewają te papieskie słowa, które dotyczą: kwestii relacji światopoglądowej państwa i Kościoła, prawa do życia, własności prywatnej, kształtu życia małżeńskiego i rodzinnego, ale także – co zyskuje szczególny walor aktualizacyjny – prawdy i środków komunikacji społecznej.

Pielgrzymka roku 1991 niewątpliwie nie była już bojkotowana jak pielgrzymki w okresie Polski Ludowej, ale to właśnie ta podróż spotkała się z wielopostaciową krytyką różnych, często zaskakujących papieskich oponentów. Głosy tej krytyki pojawiały się na bieżąco choćby w relacjach prasowych, np. „Gazety Wyborczej”, ale były także przedstawiane w publikacjach kolejnych lat pielgrzymkowych.

Można stwierdzić najogólniej, że dotyczyły one krytyki papieskiego kształtu nowej Polski, a zatem kształtu budowy państwa demokratycznego. Pierwszą kwestią sporną była wartość wolności, a więc centralnej wartości, na której budowana jest demokracja. Wielu uczestników papieskiej pielgrzymki oczekiwało od Jana Pawła II bezwarunkowej pochwały wolności odzyskanej w Polsce, jej apologii i bezkrytycznego uwielbienia:

Podczas ostatniej pielgrzymki należałem do tych, którzy oczekiwali, że Ojciec Święty przybywa, by zasadniczo pochwalić tak kruchy porządek wolnościowy i rozbudzić w sercach Polaków przywiązanie do niego. Tymczasem z ust Jana Pawła II płynęły słowa przestrogi przed fałszywie rozumianą wolnością... I choć od tego czasu zachodnie demokracje namnożyły swą moralną miarłość, przyzwalając na powrót w Europie obozów koncentracyjnych, i choć zdążyliśmy uświadomić sobie złożoność i moralną wieloznaczność mechanizmów kapitalistycznych, to przecież gorycz tamtego rozczarowania pozostała¹³.

Słowa te świadczą o kompletnym niezrozumieniu papieskiego przesłania, które w całej swojej treści służyło właśnie zabezpieczeniu kruchego porządku wolnościowego, uratowaniu go przed dekonstrukcją. Słowa zabezpieczające porządek wynikały przy tym nie tyle z bieżących zagrożeń miarłości systemu zachodniego, co z samej istoty wolności, którą papież przybliżał już w roku 1979.

Szereg innych wypowiedzi był oparty na swoistej strategii przyznawania Kościołowi ważnej roli w procesie dekomunizacji w czasach opozycji i jednocześnie konsekwentnym podkreślaniu niedostosowania Kościoła do nowych realiów:

Kościół dawał opozycji demokratycznej oparcie, ale oddziaływał na nią miarkująco. Aktywność opozycji demokratycznej służyła Kościołowi i wzmacniała jego pozycję jako partnera w rozmowach z władzą. Episkopat bronił praw Kościoła odwołując się do uniwersalnych zasad – praw człowieka; papież Jan Paweł II deklarował, że katolicy chcą pełni praw obywatelskich, a nie przywilejów. Kościół stawał się otwarty dla opozycyjnych elit kulturalnych, a twórcy kultury podjęli wiele pytań metafizycznych, nie ogłaszając się wszakże – zazwyczaj – wiernymi wyznawcami katolickiej ortodoksji. Kościół był raczej antytotalitarny niż antyświeceniowy, co jednak nie oznacza, by rezygnował ze swych zasad¹⁴.

¹³ J. Gowin, *Kryzys Kościoła, kryzys demokracji*, „Gazeta Wyborcza” 23–24.01.1993. Cyt. za *Spór o Polskę 1989–99. Wybór tekstów prasowych*, wstęp, wybór i układ P. Śpiewak, Warszawa 2000, s. 387–388.

¹⁴ A. Michnik, *Kościół–prawica–monolog albo ludzie podwójnego wyznania*, „Gazeta Wyborcza” 27–28.03.1993. Cyt. za: *Spór o Polskę...*, dz. cyt., s. 396.

W tym i podobnych głosach pojawia się swoiste przyzwolenie na istnienie Kościoła w określonych granicach i w określonych realiach życia publicznego. Kościół otwarty, choć ta otwartość nie była wyraźnie definiowana, stał się wkrótce synonimem Kościoła, na który jest przyzwolenie w nowych realiach demokratycznej Polski.

W ten sposób tworzyła się postawa mentora i protektora demokracji w stosunku do Kościoła. To właśnie bliżej nieokreślona i niezdefiniowana demokracja, „bóg, który zawiódł”¹⁵ (i wciąż zawodzi) stawała się „matką i nauczycielką” dla Kościoła katolickiego. Wyrazem tego stosunku był niekwestionowany ton pouczeń:

Nagle okazało się, że Kościół – tak samo jak całe polskie społeczeństwo – jest zupełnie nieprzygotowany do pełnienia swej misji w demokratycznej Polsce. Ten sam Kościół, który znakomicie nauczył się być suwerennym głosi-cielem prawd Ewangelii w epoce komunistycznej dyktatury, w warunkach wielkiej zmiany demokratycznej objawił swoją bezradność. Sięgnął po język i wzory epoki minionej. Doszła do głosu – nazwana po raz pierwszy przez Bohdana Cywińskiego – natura kościoła juliańskiego. Przypomnijmy – wedle Cywińskiego kościół juliański to kościół konstantyński, a więc składnik władzy państwowej, zepchnięty w epoce Juliana Apostaty do katakumb. Kościół wczoraj rządzący, a dziś poddany próbie męczeństwa¹⁶.

Warto zauważyć ten szczególny moment wskazujący na bezkrytyczną apologię demokracji i krytyczną, mentorską postawę w stosunku do Kościoła katolickiego. Efektem tej ambiwalentnej postawy musiała być w konsekwencji jedyna możliwa opcja – powinność zmiany Kościoła, akomodacji do bezwarunkowej i bezgrzesznej demokracji. Stąd nie może dziwić pytanie postawione w tym samym czasie co pytania przewodnie poprzednich dwóch artykułów Romana Graczyka w tym samym medium: jakiego Kościoła polska demokracja potrzebuje? Autor nie wyraża w tym zakresie żadnych wątpliwości – Kościół katolicki w Polsce wyraża swoisty stan pogubienia, w którym potrzebuje pomocy:

¹⁵ Por. H. H. Hoppe, *Demokracja. Bóg, który zawiódł*, Warszawa 2006.

¹⁶ A. Michnik, *Kościół–prawica*, dz. cyt., s. 397.

Reakcja Kościoła na nowe czasy wydaje się raczej wyrażać obawę przed wolnością niż radość z szansy, jaką ona daje. Jasne, że chrześcijaństwo nie może się zadowolić prostym faktem braku przymusu, lecz musi się troszczyć o to, jak wolność tę zagospodarować. Ale dobro może być tylko efektem wolnego wyboru; więziń nie grzeszy, ale też nie czyni dobrze. Cnota bowiem to nie brak sposobności do grzechu¹⁷.

Podobnie jak wielu innych autorów tego czasu Graczyk jednoznacznie promował wartość wolności, nie zastanawiając się wszakże nad złożonością jej istoty i dynamiki. Nieistotne wydawały się kwestie: czy chodzi tu o wolność negatywną czy pozytywną, czy pozytywność tej wolności ma być ukierunkowana naprawdę, czy na konsensus społeczny? Czy na zagwarantowanie i obronę praw osoby ludzkiej wynikającej z jej godności, czy na realizację praw bądź roszczeń ustalanych w wyniku konsensusu społecznego? Prawdopodobnie właśnie dlatego pisze:

Tymczasem oficjalny pogląd hierarchii Kościoła w Polsce jest przede wszystkim wyrazem niewiary w to, że ludzie obdarzeni wolnością wybiorą dobro. W tym dyskursie wolność bywa czasem niemal utożsamiana ze złem. Oto wymowny przykład. W liście pasterskim na uroczystość Świętej Rodziny, odczytanym w kościołach 27 grudnia ubiegłego roku biskupi polscy napisali: „wszyscy szamocemy się w więzach, które świat nazywa wolnością i obwieszcza nadejście nowej ery, pozbawionej wreszcie nakazów i zakazów. Zniknąć ma poczucie winy, gdy dobro i zło uzna się tylko za sposób rozumu, zależny od okoliczności. Nie będzie przestępstw, gdy uchyli się prawo. [...] Mieć, używać, znaczyć – zwykle kosztem słabszych. To się proponuje człowiekowi, gdy jest silny, przedsiębiorczy i bezwzględny. Dla innych współczesny świat nie posiada programu”¹⁸.

W ferworze wypowiedzianych opinii ignorowano centralny temat papeskiego przesłania z 1991 roku, a mianowicie przypomnienie, że proces

¹⁷ R. Graczyk, *Jakiego Kościoła polska demokracja potrzebuje?*, „Gazeta Wyborcza” 20–21.03.1993. Cyt. za: *Spór o Polskę...*, dz. cyt., s. 394.

¹⁸ R. Graczyk, *Jakiego Kościoła polska demokracja potrzebuje?*, dz. cyt., s. 394.

wyzwolenia nie może być otwarty na pustkę, która prowadziłaby do anihilacji. Pytanie, przed którym wyzwolona Polska stała w latach przełomu ustrojowego, dotyczyło odwołania się do wartości – tych tradycyjnych czy też przynoszonych bezkrytycznie z Zachodu, ale przede wszystkim odartych z ich znaczeniowej treści.

Chrystus, ukazany w perspektywie Dekalogu, a więc wyzwolenia i przymierza, pozostawał Chrystusem wyzwającym ze zła, przede wszystkim z grzechu, Chrystusem przynoszącym sprawiedliwość społeczną i uzupełniającym tę sprawiedliwość miłosierdziem. Był to ze wszech miar obraz Chrystusa, bez którego „nie można zrozumieć człowieka”, co oznaczało zarówno promocję wymiaru indywidualnego, jak i wymiarów wspólnotowego osoby ludzkiej. Oczywiście można zastanawiać się – w sposób krytyczny – na ile papieski przekaz był upowszechniany i rozwijany w duszpasterstwie Kościoła w Polsce. Można chyba zaryzykować tezę, że był bardziej cytowany niż wyjaśniany. Niemniej nawet w takiej perspektywie, a może właśnie w niej, trudno zgodzić się z krytyką przedstawianą ówczesnej publicystyce:

Jaki jest przekaz wiary płynący od ołtarza? Jaki jest obraz Boga i obraz człowieka w tym przekazie zawarty? Jest to na pewno wiara w Boga sprawiedliwego, który za złe każe, a za dobre wynagradza. Do tego momentu – zgoda. Ale jakże często Bóg jawi się w kazaniach naszych proboszczów jako wielki Buchalter, któremu można przedłożyć rachunki za czyny, a on już je na pewno uczciwie zbilansuje... Bóg jest tu odarty ze swej nieograniczoności; nie przekracza człowieka (na przykład swym miłosierdziem), lecz jest skrojony dokładnie na ludzką miarę.

Bóg statystycznego polskiego katolika byłby więc – jeśli te obserwacje są trafne – nie Bogiem zbawiającym ludzkość, ani nie Bogiem, który pozwolił nam do siebie mówić Abba, czyli dał nam wolność i odpowiedzialność. Byłby graczem albo raczej Bogiem wspólnoty (rodziny – narodu) dającej człowiekowi poczucie bezpieczeństwa, a nie Bogiem jednostki – osoby samodzielnie odpowiadającej za swoje życie¹⁹.

¹⁹ R. Graczyk, *Jakiego Kościoła polska demokracja potrzebuje?*, dz. cyt., s. 392.

Nie bardzo można zrozumieć, dlaczego cecha wolności wiąże się w powyższej wypowiedzi wyłącznie z obrazem Boga miłosiernego i zabawiającego, a nie Boga sprawiedliwego? To przecież sprawiedliwość jest w prostym przekazie wyrazem honorowania ludzkiej wolności bardziej niż inne atrybuty Boga. Nie bardzo można też zrozumieć, dlaczego wiara w Boga wspólnoty zdejmuje z człowieka odpowiedzialność, skoro to właśnie życie we wspólnocie tę odpowiedzialność pomnaża. Ostatecznie człowiek samodzielnie odpowiadający za swoje życie realizuje tę odpowiedzialność – choć niewątpliwie jest to uproszczone stwierdzenie – za siebie samego. Tymczasem człowiek spełniający swoje powinności względem choćby rodziny swoją odpowiedzialność pomnaża i dzieli na członków całej wspólnoty rodzinnej.

Roman Graczyk kontynuuje swoją krytykę przekazu duszpasterskiego w Kościele w Polsce:

Jakie to ma konsekwencje? Co ma wspólnego kształt polskiej wiary z kształtem polskiej demokracji? Wiara tak pojmowana, jak to starałem się opisać, uczy raczej życia we wspólnocie, gdy tymczasem demokracja – jakkolwiek wymaga umiejętności współdziałania – zasadniczo opiera się na współzawodnictwie wolnych jednostek. Po drugie, wiara taka uczy wykonywania nakazów i respektowania zakazów, podczas gdy demokracja wymaga od jednostki twórczej odpowiedzialności²⁰.

Znowu, trudno jest odnaleźć w tym ciągu myślenia wyraźną konsekwencję. Można stawiać pytanie, dlaczego model demokracji skrajnie liberalnej, opierającej się na współzawodnictwie wolnych jednostek ma być modelem jedynie słusznym i przede wszystkim lepszym od modelu demokracji partycypacyjnej, demokracji uczestnictwa? Dlaczego wiara domagająca się posłuszeństwa wobec głosu Boga zostaje ukazana w opozycji od wiary odpowiedzialnej, domyślnie oderwanej od respektowania Bożych przykazań? Jedynym wyjaśnieniem tej logiki wyводу jest po prostu kontestacja papieskiego nauczania z roku 1991.

²⁰ Tamże, s. 392.

Ważnym elementem sporów w Polsce roku 1991 stała się kwestia relacji państwo–Kościół. W tekście niejako uprzedzającym papieskie przemówienie w Lubaczowie (gdzie ten temat został podjęty) opublikowanym w maju 1991 roku Czesław Miłosz wyrażał swoje obawy i zastrzeżenia wobec tych relacji²¹. Wzorem strategii wskazanej już uprzednio polski pisarz przypominał historyczne zasługi Kościoła w dziejach naszego narodu. Stwierdzał, że pozycja Kościoła w Polsce jest pozycją oryginalną na mapie politycznej świata. Zaznaczał, że została ugruntowana przez okres okupacji, jak również system komunistyczny. Choć ta rola Kościoła sięga początków polskiej państwowości, w sposób decydujący wyraziła się w okresie rozbiorów państwa polskiego. Miłosz stwierdza:

Kościół przypominał stale o podstawowych wartościach i chronił w ten sposób najprostsze a zawsze prawdziwe rozróżnienia. Zaspokajał dzięki temu potrzebę autorytetu opartego nie na sile, ale na powadze urzędu nauczycielskiego. Toteż Polska stała się krajem dwóch hierarchii, tej pozornej, komunistycznego aparatu, i prawdziwej, na której czele stał Kardynał Wyszyński, niejako regent niewidzialnej monarchii²².

Kontekst historyczny pozwalał polskiemu nobliście na zauważenie, iż po upadku komunizmu oraz w konsekwencji dokonanych zmianach politycznych Kościół zyskał na znaczeniu politycznym. Ta ogólna konstatacja prowadziła jednak do zaskakującego ukonkretnienia w tej postaci, iż w Polsce – zdaniem Miłosza – „obowiązują dwa języki”: państwa oraz Kościoła (zastępujący „język” marksistowski). Powstała sytuacja, według autora artykułu, doprowadziła do stanu, w którym ludzie „zaczęli się bać księży”. Jednak nie o fobie antyklerykalne chodziło pisarzowi, ale o pytanie: „czy Kościół powinien dążyć do użycia państwa jako swego narzędzia tam, gdzie w grę wchodzi najważniejsze wartości etyczne?”²³.

²¹ Por. C. Miłosz, *Państwo wyznaniowe?*, „Kultura” 1991, nr 7–8, s. 3–4. Pierwodruk: „Gazeta Wyborcza” 1991, nr 109, s. 8–9.

²² Tamże, s. 458.

²³ Tamże, s. 459.

Próbując przedstawić aksjologię Kościoła, Czesław Miłosz słusznie sięga do antropologii. Sprowadza ją do tezy, że człowiek jest istotą słabą oraz ułomną. Pomija zarazem podstawowy przekaz Kościoła wyrażający w sposób niezrównany godność osoby ludzkiej. Redukcja osoby do wymiaru czysto przygodnego pozwala jednak autorowi na postawienie tezy, iż w przestrzeni Kościoła lepsze efekty przynosi stworzenie systemu opartego na zakazach i nakazach, aniżeli odwoływanie się do jego sumienia.

Ponieważ taki stan rzeczy budzi niepokój, a nawet sprzeciw, pojawia się zasadnicza kwestia: czy religia powinna albo czy może stanowić podstawę funkcjonowania państwa? Miłosz z punktu widzenia amerykańskiego przypomina, że w systemie USA ojcowie-założyciele usankcjonowali oddzielenie państwa od Kościoła. Stawiając tę sugestię, autor ogranicza się jednak do postulatu podjęcia debaty w Polsce na temat rozdziału państwa od Kościoła.

Zdaniem Miłosza jest ona konieczna ze względu na kilka wątpliwości w relacjach pomiędzy tymi dwoma podmiotami. Wymienione przez niego wątpliwości dotyczą wprowadzenia religii w procesie nauczania w szkołach publicznych. Ten proces, jego zdaniem, dokonał się bez należytej debaty na zasadzie wręcz dyktatu hierarchii kościelnej wobec lęklonie zależnej sfery rządowej. Kolejnym punktem wątpliwości – czy raczej sporu – w relacjach państwo–Kościół jest zdaniem Miłosza ingerencja Kościoła w sprawy natury seksualnej z równoczesnym brakiem edukacji w tym zakresie. Spędzenie płodu, które według autora jest grzechem ciężkim i zbrodnią, najczęściej jest dokonywane w katolickiej Polsce oraz bezwyznaniowym Związku Radzieckim, co sugeruje, iż nauczanie Kościoła w tym zakresie jest bezskuteczne.

Ostatecznie Miłosz postulował:

Kościół ma nie tylko prawa do nauczania kobiet, jak wielkim złem jest aborcja, ma również wobec nich obowiązki. Kobieta, która zajdzie w ciążę, a zwłaszcza młoda dziewczyna niezamężna, powinna czuć się otoczona chrześcijańską opieką, móc liczyć na zrozumienie i pomoc, zarówno ze strony instytucji kościelnych, jak bliźnich²⁴.

²⁴ Tamże.

Truizmem jest stwierdzenie, że spór wokół aborcji od początku nowej Polski był jednym z centralnych punktów zapalnych. Jakkolwiek wydawało się, że świadomość istnienia ustawy aborcyjnej w Polsce z lat 50. XX wieku stanowi czytelny wyraz polityki depopulacyjnej, jest wyraźnym i udokumentowanym wyrazem dyktatu Moskwy w stosunku do narodu polskiego, a odrzucenie tej ustawy ma charakter wręcz symbolicznego aktu odzyskania suwerenności, wkrótce okazało się, że zdania w tym zakresie są radykalnie zaskakujące.

W jednej z dyskusji odbytych kilka miesięcy po papieskiej wizycie w Polsce padły m.in. takie słowa:

Mianowicie sędzę, że toczy się dziś w Polsce nie tyle spór, ile walka. Nie tylko o rząd dusz, ale i o rząd ciał. O rząd ciał przede wszystkim. Ci, co ją toczą, powołują się słuszną metafizyką, choćby werbalnie się od niej odżegnywali. Ciało jest bowiem fundamentem człowieka. Kto nim zawładnie, zawładnie człowiekiem. Mamy więc walkę o ciała kobiet, a przez kobiety o ciała nas wszystkich. Obawiam się, że walkę tę mogą wygrać ci, którzy wyznają normę: z każdej zygoty musi być człowiek lub istota człowiekopodobna! To „musi” zaś ma być musiem twardym, musiem prawa, któremu towarzyszą sankcje, a nie musiem np. moralności. To jest jeden z obszarów walki o rząd ciał. [...] Otóż powiadam, że toczy się dziś w Polsce walka o rząd dusz i o rząd ciał. O dusze, żeby zawładnąć ciałami. O ciała, żeby zawładnąć duszami. Czy raczej – jak wolę mówić – umysłami²⁵.

Warto zauważyć, że w tej wypowiedzi pojawiają się, charakterystyczne dla późniejszych sporów, istotne elementy: ironiczne zakwestionowanie statusu człowieka nienarodzonego i odmówienie mu statusu osoby ludzkiej, a także specyficzny dualizm norm moralnej i prawnej. Dodatkowo charakterystycznym elementem jest sprowadzenie obszaru owej walki do walki o ciała kobiet, a pośrednio przez nie do walki o wszystkich. Można zatem odczytać, że jej kwestią centralną są właśnie prawa kobiet, a nie prawo do życia. Walka zostaje tutaj przedstawiona tak dalece dramatycznie, że właściwie w sposób niepozwalający na nadzieje rozwiązania sporów.

²⁵ B. Chwedeńczuk, *Czy w Polsce toczy się walka o rząd dusz?*, „Więź” 1992, nr 5. Cyt. za: *Spór o Polskę...*, dz. cyt., s. 375.

Pytanie, jakie można – a nawet należy – postawić, to: czy ten ukazany w publicystyce wizerunek rzeczywistości społecznej i narodowej, a zarazem wizja obecności katolicyzmu w tej rzeczywistości faktycznie były tak jednoznacznie antagonizowane? A jeśli tak, to czy winą tego stanu rzeczy można i należało obarczać wyłącznie roszczenia Kościoła katolickiego? Czy może ta rzeczywistość była w znacznym stopniu efektem manipulacji i propagandy?

Kościół poddany manipulacji i propagandzie

Ksiądz biskup Adam Lepa w swojej twórczości naukowej znaczące miejsce poświęcił dwóm obszarom deformacji prawdy w przekazie publicznym, w masowym komunikowaniu. Te dwa obszary to propaganda i manipulacja.

Pisał: „propagandę określa się jako zaplanowane oddziaływanie na daną społeczność odpowiednich treści perswazyjnych poprzez urabianie postaw i opinii do wywoływania oczekiwanych decyzji i zachowań”²⁶.

Autor *Świata propagandy* podkreślał, że chociaż w definicji akcentowana jest perswazja jako ogólny sposób przekonywania, to jednak wachlarz argumentów i motywów wykorzystywanych w tym sposobie przekazu jest bardzo szeroki i sięga nawet środków administracyjnych oraz posługiwania się groźbą wobec wykazujących brak posłuszeństwa dla propagandowych haseł. Podkreślał także, że cechami charakterystycznymi propagandy są duży stopień powszechności oraz jej skuteczność. Zwracał wreszcie uwagę na znaczącą rolę tzw. przywódców opinii, którzy z racji swoich cech osobistych nie tylko szybko zbierają informacje, ale również są zdolni przekazywać je odbiorcom.

Po nakreśleniu ogólnej charakterystyki propagandy zwracał uwagę na jej usytuowanie we współczesności: co stanowi specyfikę obecnej propagandy antykościelnej? Tworzą ją przede wszystkim przyjęte cele (zwłaszcza te najbardziej utajnione) oraz stosowane środki i techniki. Analiza dotychczasowych kampanii propagandowych wymierzonych przeciwko Kościołowi

²⁶ A. Lepa, *Świat propagandy*, dz. cyt., s. 16.

dowodzi, że realizowane są w nich cele, których nigdy się nie ujawnia. Są to przede wszystkim: marginalizacja Kościoła katolickiego w Polsce mająca doprowadzić do wyeliminowania go z życia publicznego, skłócenie wiernych z Kościołem hierarchicznym, doprowadzenie ewangelizacji organizowanej przez Kościół do działań nieskutecznych czy wręcz z efektem bumerangowym. Aby to osiągnąć, realizuje się cele pośrednie, jak np. podważanie autorytetu Kościoła, traktowanie go jako „kozła ofiarnego” odpowiedzialnego za różne przejawy zła (za rzekomo bezkrytyczne popieranie tzw. rządów solidarnościowych itp.) czy ukazywanie tego Kościoła w oczach opinii światowej wyłącznie w negatywnym świetle²⁷.

Nie wydaje się nadużyciem zestawienie diagnozy Lepy ze wskazanymi wyżej przykładami publicystyki tego okresu. Jej cechą charakterystyczną jest przede wszystkim zakwestionowanie autorytetu Kościoła. Z jednej strony po raz pierwszy w taki sposób i w takiej przestrzeni zostaje podważony autorytet Jana Pawła II. Człowiek, który przyczynił się – najogólniej ujmując – w sposób decydujący do odzyskania przez Polskę wolności, który rozumieniu wolności poświęcił swoje główne dzieła filozoficzne, który w sposób fenomenologiczny i analityczny przedstawił w twórczości filozoficznej kategorii postaw autentycznych wobec uczestnictwa w dobru wspólnym, a więc postawę solidarności i sprzeciwu, jak i postawy nieautentyczne, czyli konformizmu i uniku, zostaje oskarżony o nieznajomość i nierozumienie wolności. Oznacza to w konsekwencji przypisanie Papieżowi nieznajomości demokracji.

W ten sposób sam Kościół zostaje oskarżony o niedostosowanie się nie tylko do wymogów współczesności, ale również realnych potrzeb człowieka i narodu. Zakwestionowanie autorytetu papieskiego zostaje wsparte zakwestionowaniem autorytetu wiary i jej przekazu poprzez nauczanie osób duchownych. W ten sposób wytworzony zostaje rdzeń konfliktu między wiernymi świeckimi a duchownymi. Kościół odarty z autorytetu przestaje być w istocie równorzędnym partnerem debaty publicznej, a próby zabierania przez niego głosów zostają poczytane jako elementy budowania państwa

²⁷ Tamże, s. 33–34; por. A. Lepa, *Propaganda antykościelna dziś?*, „Niedziela” 1993, nr 15, s. 1, 6; H. Pająk, *Urbana „Nie” w wojnie z Kościołem katolickim*, Lublin 1993.

wyznaniowego czy wprowadzania teokracji. Wszystko to na dodatek zostaje poczynione za sprawą ludzi, którzy sami siebie wyodrębniają jako „ludzi Kościoła” (domyślnie: świadomych i stanowiących elitę wspólnoty wiernych) w opozycji do pozostałych nieuświadomionych członków tej wspólnoty), bądź przez autorytety niewątpliwie cenione, ale niezwiązane ani z wiarą, ani z teologią, ani z filozofią polityczną.

Adam Lepa doskonale zauważał ten problem. Diagnozował go w sposób precyzyjny i bezwzględnie jednoznaczny. Warto przywołać fragment takiej diagnozy poczynionej w dobie nasilających się sporów:

Gdy w 1989 r. żegnano w Polsce zbankrutowany komunizm, nikt nie spodziewał się tego rodzaju propagandy. [Jednak wkrótce okazało się, że] najbardziej niewybredne i agresywne wręcz ataki skierowane [zostały] w stronę w stronę Kościoła katolickiego, który najwięcej wycierpiał w następstwie konfrontacji z najbardziej nieludzkim systemem władzy²⁸.

Trzeba wyraźnie podkreślić, że w centrum zabiegów propagandowych skierowanych wobec Kościoła katolickiego w Polsce, biskup Lepa sytuował spór o wolność. Sugerował zarazem, że Kościół, angażując się czynnie w odzyskanie wolności, budowanie jej fundamentów, we wszechstronną pomoc wspierającą działania opozycji demokratycznej, niejako przedłożył praktykę nad teorię. Nie podejmował zatem szeroko zakrojonej refleksji na temat kształtu wolności, zróżnicowań liberalizmu, nie przestrzegał przed absolutyzacją fundamentalnej wartości ludzkiego życia. Można chyba zaryzykować tezę, że zaangażowanie Kościoła, wyprzedzające refleksję teoretyczną, wynikało z przekonania o konsensusie rozumienia wolności związanej z prawdą obiektywną i obiektywnymi wartościami. Lepa zauważał:

Nowe i trudne problemy wynikające z odzyskania wolności nie pozwoliły wniknąć z należyłą uwagą w rodzące się tendencje propagandowe, skierowane

²⁸ A. Lepa, *Pięć lat „zdrowej krytyki” oblężonej twierdzy*, „Niedziela” 12.06.1994. Cyt. za: *Spór o Polskę...*, dz. cyt., s. 456.

przeciwko Kościołowi. Tym bardziej, że w każdej propagandzie funkcjonują dwie podstawowe warstwy: jedna stanowi działalność realizującą cele jawne, jak np. pozyskiwanie zwolenników, a zwłaszcza potencjalnych wyborców, czy przekonywanie do głoszonej ideologii; druga zaś obejmuje zadania ukryte, czy wręcz utajnione, jak bezwzględne eliminowanie przeciwników, odwracanie uwagi społeczeństwa od faktów niewygodnych i kompromitujących czy chęć zajęcia pozycji uprzywilejowanej w państwie²⁹.

Trzeba koniecznie zauważyć, że krytyka propagandy antykościelnej prowadzona przez biskupa Lepę nie miała wyłącznie znaczenia konfesyjnego – nie była próbą obrony Kościoła jako przysłowiowej „oblężonej twierdzy” przed atakami współczesności. Nie była też apologią wiary katolickiej. Adam Lepa w sposób bardzo przenikliwy wskazywał konsekwencje społeczne tego typu propagandy. Oczywiście wynikały one bezpośrednio i jednoznacznie z określonej wizji przenikania się Kościoła katolickiego i narodu polskiego w jednej ojczyźnie. Była to wizja uprawomocniona doświadczeniem historycznym minionych wieków, ale także najnowszych dziejów Polski lat 80. XX wieku. Mając na uwadze przenikanie się i zarazem oddziaływanie Kościoła na społeczeństwo i naród, Lepa zwracał uwagę:

obniżenie autorytetu Kościoła hierarchicznego u części społeczeństwa, ośmieszenie autorytetu Kościoła było jednym z etapów szeroko zakrojonej akcji wymierzonej w tę instytucję. Temu celowi służyły liczne kampanie antykościelne, nagłaśniane dość skutecznie w mediach masowych. Jednym z ostatnich ogniw w tym długim łańcuchu akcji stała się kampania skierowana przeciwko Konkordatowi³⁰.

Lepa niedwuznacznie sugerował, że konkretne działania propagandowe uderzające w Kościół katolicki są zarazem działaniami antypolskimi. Nie wahał się stwierdzić z bezwzględną jednoznacznością:

²⁹ Tamże.

³⁰ Tamże.

w ciągu ostatnich pięciu lat wykreowane zostały dwa najpotężniejsze ośrodki antywangelizacji w Polsce: Telewizja Polska i „Gazeta Wyborcza”. Trzeba długich i żmudnych lat pracy polskich duszpasterzy, aby można było usunąć skutki tej działalności, która dość skutecznie kształtowała negatywne postawy telewidzów i czytelników wobec Kościoła i wartości chrześcijańskich. Równoległe z tym budowano niebezpieczną próżnię wokół wartości narodowych. Smutna historia PRL dowiodła, że tego rodzaju działania idą zawsze w parze³¹.

Podane przykłady zasługują na zauważenie także z tego względu, że stanowiły polemikę z narzucaną narracją dowodzącą o propagandzie, która miała być wymysłem przewrażliwionych katolików, podczas gdy w rzeczywistości istnieje tylko obiektywna krytyka Kościoła. Lepa wskazywał na dwa konkretne przykłady mediów tamtej epoki, które w sposób niewątpliwie inteligentny narzucały ten styl myślenia, zacierając granice między rzeczywistą propagandą a rzekomą krytyką. W swojej książce poświęconej teorii propagandy wyraźnie zwracał uwagę, że „okoliczności te czynią specyfikę propagandy antykościelnej bardziej ostrą i czytelną”³².

W swojej pracy teoretycznej na temat propagandy Lepa wymienił całą paletę stosowanych technik: powtarzanie, przemilczanie, „publiczność odziedziczona”, symbol, niezwykłość przekazu, modę, selekcję, sformułowania eufemistyczne, wyolbrzymianie (hiperbolizację), nadmierne uogólnienie, uproszczenie za pośrednictwem *cliché*, jawność, etykietę jako substytucję nazw, autorytet, „band wagon” (konsekwentne podkreślanie w wypowiedziach propagandowych własnej przewagi nad przeciwnikiem), sugestię, imperatywność treści, oddziaływanie pośrednie, propagandę uprawianą czynem, ultymatywność sformułowań, chaos pojęć i wartości, wreszcie – manewr odciągający³³.

³¹ Tamże.

³² A. Lepa, *Świat propagandy*, dz. cyt., s. 35.

³³ Tamże, s. 35–68. Por. tenże, *Anatomia manipulowania*, „Niedziela” 1990, nr 46, s. 1, 5; tenże, *Antykatecheza w mediach masowych?*, „Wiadomości Archidiecezjalne Łódzkie” 1992, nr 10–11, s. 304–308; tenże, *Propaganda antykościelna dziś?*, dz. cyt.; tenże, *Stare przemilczenia czy nowa cenzura?*, „Niedziela” 1993, nr 19, s. 1, 6; tenże, *Kariera stereotypów i sukces propagandy*, „Niedziela” 1994, nr 11, s. 1, 6.

Ostatnia technika zasługiwała niewątpliwie na zauważenie w latach 90. ubiegłego wieku, choć można suponować, że jej rozwój dokonał się w czasach współczesnych. Niemniej już wtedy biskup Lepa pisał:

prowadzona przez pięć lat na różnych polach propaganda antykościelna skutecznie odwracała uwagę społeczeństwa od najbardziej żywotnych spraw Polski, takich jak: publiczny osąd moralny rządów komunistycznych (problem „polskiej Norymbergi”), dekomunizacja państwa, odrodzenie moralne narodu, całkowite odcięcie się od kryminogennej ideologii marksistowskiej, czy powszechna dyskusja nad nowym ustrojem. Technika propagandowa zwana „manewrem odciągającym” zdała tu egzamin nadspodziewanie dobrze. Przez wprowadzenie do działań propagandowych elementu „wroga”, którym teraz miał być Kościół (państwo wyznaniowe, czarna cenzura i inne „straszaki”), dość skutecznie odwraca ono uwagę społeczeństwa również od takich rzeczywistych zagrożeń, jak neokomunizm czy liberalizm moralny zaprowadzany przez różne odcienie polskiej lewicy³⁴.

W wizji eklezjologicznej Adama Lepy Kościół niewątpliwie był przede wszystkim sakramentem zbawienia człowieka, to pojęcie oznaczało jednak zarazem głębokie zaangażowanie Kościoła w sprawy społeczne. Lepa bardzo mocno akcentował potrzebę tego zaangażowania, rozumianego jako służba dobru wspólnemu, podejmowana zarówno z racji odpowiedzialności religijnej, jak i odpowiedzialności społecznej bądź narodowej.

W jego wizji uwidacznia się postać chrześcijanina – katolika głęboko zaangażowanego w sprawy społeczne, polityczne i gospodarcze. Ten obraz integracji spraw duchowych i świeckich bezsprzecznie był odzwierciedleniem zarówno nauczania Soboru Watykańskiego II, jak i jego aktualizacji wyrażanej w przepowiadaniu św. Jana Pawła II. Profil spojrzenia na przenikanie się obu rzeczywistości – religijnej i świeckiej – widać chociażby w opisie papieskiej pielgrzymki do Łodzi z 1987 roku dokonany przez Lepę. Doświadczenie tej i innych pielgrzymek pozwalało przecież w wymiarze konkretnym, duszpasterskim, ale i politycznym budować ową

³⁴ Tenże, *Pięć lat „zdrowej krytyki”...*, dz. cyt., s. 456.

jedność działań, jedność odpowiedzialności, która przyczyniała się do realizacji dobra wspólnego.

Dlatego z wielkim niepokojem biskup Lepa zauważał w latach 90. XX wieku rozbitcie tej jedności. W jego niżej przytoczonych słowach nie ma konkretnych nazwisk czy nazw mediów, niemniej nie trudno zauważyć, że przytoczone poniżej słowa zawierają krytykę postaw przede wszystkim polityków – parlamentarzystów, którzy zrezygnowali z wyznawanych zasad wiary i moralności w imię fałszywie rozumianego kompromisu politycznego:

Propaganda antykościelna doprowadziła również do skutecznego wyeliminowania z aktywności parlamentarnej olbrzymiej części obywateli identyfikujących się z Kościołem katolickim. Kampanie zmierzające do ich zdyskredytowania wykazywały trwałe znamiona tak daleko idącej wiarygodności, że zdołały przekonać do swoich haseł bardzo wielu naiwnych katolików³⁵.

Jakkolwiek ostrze krytyki dotyka tutaj bardzo wąskiej grupy katolików pełniących funkcje publiczne, a konkretniej parlamentarne, to konsekwencje rezygnacji z wartości chrześcijańskich w życiu publicznym miały zakres o wiele szerszy, dostrzegany przez Adama Lepę. Wyrażał się on nie tylko w postawach kompromisu sprowadzającego się do radykalnego relatywizmu moralnego i niejednokrotnie wyrzekania się własnej wiary, ale prowadził także do ogólnego zniechęcenia do zaangażowania w politykę traktowaną jako rzeczywistość moralnie negatywną. Stąd konstatacja Lepy: „Efekt globalnych mediów, którym jest ogólna dezorientacja obywateli w sprawach istotnych dla narodu i państwa. Wyrazem tego jest niechęć do czynnego udziału w organizacjach, do polityki, do dyskusji nad losami Polski”³⁶.

Odsłaniane diagnozy i analizy prowadzone przez biskupa Lepę w stosunku do zniekształcania oblicza Kościoła poprzez współczesną propagandę doby III Rzeczypospolitej mają – co raz jeszcze trzeba podkreślić – charakter

³⁵ A. Lepa, *Pięć lat „zdrowej krytyki”...*, dz. cyt., s. 456.

³⁶ Tamże.

nie tylko konfesyjny. Apologia Kościoła w przekonaniu Lepy staje się zarazem apologią wartości chrześcijańskich, które w jego przekonaniu mają charakter wartości uniwersalnych. Dlatego zauważa:

Szeroko zakrojona dyskusja nad respektowaniem wartości chrześcijańskich w radiu i telewizji prowadzi, wbrew intencjom wielu jej uczestników, do konkluzji zasadniczej i wysoce niepokojącej. Oto pewne pola naszej kultury wraz z warstwą mediów masowych nadal ujawniają różnorakie fakty i tendencje, będące ponurym dziedzictwem owych chytrze zorganizowanych działań, które miały doprowadzić w Polsce do totalnej sowietyzacji kultury narodowej³⁷.

Niewątpliwie postawiona teza jest bardzo wyrazista, ale zostaje wsparta konkretną argumentacją. Lepa zauważa, że „to nie wartości chrześcijańskie zagrażają kulturze polskiej – tej masowej i również tej «bezpzymiotnikowej». Zagraża jej funkcjonujący nadal proces sowietyzacji tej kultury [...]»³⁸.

Określenie „sowietyzacji kultury” zostaje przez niego zdefiniowane jako „stopniowe odbieranie człowiekowi wszystkich wymiarów jego tożsamości – narodowej, wyznaniowej, kulturowej, a nawet rodzinnej. Człowiek miał być najpierw nijaki, aby mógł się stać dyspozycyjnym członkiem społeczności komunistycznej”³⁹.

Przy uwzględnieniu takiej definicji pojawia się ponownie owo charakterystyczne *iunctim* łączące kulturę narodową i kulturę katolicką, której nośnikiem jest Kościół. Szczególnym potwierdzeniem tego związku stają się w tej perspektywie akty agresji w stosunku do Kościoła:

[J]eszcze jeden ślad sowietyzującej się kultury, tym razem szczególnie bolesny i do końca niezrozumiały. Oto z wyjątkowym jadem atakuje się nadal Kościół katolicki oraz wartości, które on reprezentuje, wyrażając w ten sposób pogardę wobec uczuć religijnych milionowych rzesz katolików polskich.

³⁷ A. Lepa, *Wartości chrześcijańskie w kulturze czy dalsza jej sowietyzacja?*, „Niedziela” 21.03.1993. Cyt. za: *Spór o Polskę...*, dz. cyt., s. 413.

³⁸ Tamże.

³⁹ Tamże.

Zastosowano już wszystkie możliwe metody ośmieszania religii i uwłaczenia jej wyznawcom⁴⁰.

Lepa pokazuje, że ponieważ zarówno kultura, jak i religia „zapodmiotowane” są w człowieku – osobie żyjącej w społeczeństwie – niszczenie tożsamości w wymiarze tak kulturowym, jak religijnym ostatecznie staje się ugodzeniem człowieka. Wskazuje przy tym na oryginalne ujęcie konsekwencji tego procesu – „uprzeciętnienie człowieka”:

Wybijająca się indywidualność jest zawsze w totalitaryzmie podejrzana i traktuje się ją jako zbyteczny i groźny balast, niewygodny zwłaszcza dla rządzącego kolektywu. Szarzyzna i bezruch, chaos idei i dezinformacja w sprawach istotnie ważnych – oto niektóre następstwa skutecznie przebiegającej sowietyzacji. Stąd kultura zsowietyzowana to najuboższa i najsmutniejsza postać kultury⁴¹.

Można zauważyć, że Kościół odsłaniany w wypowiedziach Adama Lepy to Kościół postrzegany przez pryzmat kairologii – znaków czasu. Takie spojrzenie jest bardzo charakterystyczne dla eklezjologii soborowej i posoborowej, zwłaszcza uprawianej przez Jana Pawła II. Spojrzenie kairologiczne pozwala dostrzec dynamizm życia wewnątrz Kościoła, a także – może w szczególności – dynamizm relacji Kościoła i świata.

Rzetelne spojrzenie nakazuje dostrzec zagrożenia w tym zakresie, które z racji kompetencji badawczych Lepa przedstawiał w kategoriach przede wszystkim propagandy i manipulacji stosowanej współcześnie wobec Kościoła katolickiego w Polsce. Ukazując metody i zakresy niszczenia wizerunku Kościoła, pośrednio i bezpośrednio wydobywał jego istotę, wyrażającą się w sakramencie zbawienia, jak i wspólnocie określonej kultury. Nade wszystko jednak można dostrzec, że w samych założeniach eklezjologii Lepy kryło się rozumienie Kościoła jako przestrzeni Słowa/słowa.

Można bowiem, a nawet należy powiedzieć, że Kościół wyrasta z tajemnicy Słowa Wcielonego i zarazem Kościół potrzebuje słowa. Życie Kościoła

⁴⁰ Tamże, s. 413.

⁴¹ Tamże, s. 413–414.

dokonyje się m.in. za sprawą jednoczącej mocy słowa, poprzez które i dla którego rodzi się wspólnota twórców i odbiorców. Dzięki zjednoczeniu z Chrystusem siła ta staje się zaczynem swoistej *communio*. W tej posłudze szczególne miejsce przypada dziennikarzom. Ich misję doskonale rozumiał biskup Lepa. Stąd też starał się zapewnić jej należyty kształt, zarówno w formie instytucjonalnej, jak i w formie pedagogizacyjnej.

Wyrazem pierwszej płaszczyzny działania stało się powołane, przy ogromnym wsparciu Lepy, Katolickie Stowarzyszenie Dziennikarzy⁴². Okoliczności i ważniejsze wydarzenia przełomu postsolidarnościowego oraz wkładu biskupa Lepy w tworzenie środowiska katolickiego dziennikarzy w Polsce udokumentował w swojej publikacji Maciej Łętowski, pozostający w bliskich kontaktach z Adamem Lepą przez swoje zaangażowanie w środowisko mediów wyznaniowych⁴³. Wyrazem drugiej płaszczyzny zaś, zdecydowanie szerszej i przede wszystkim twórczej, było opracowanie konkretnych zasad pedagogiki mediów.

Kościół miejscem pedagogizacji i ewangelizacji

Biskup Lepa postrzegał z wnikliwością konsekwencje, jakie przynosi niszczenie wizerunku Kościoła poprzez działania propagandy i manipulacji. Dostrzegał te konsekwencje w wymiarze religijnym i pastoralnym, a zatem związanym z życiem samego Kościoła, przeżywaniem wiary, kryzysem wiarygodności i autorytetu nauczania Kościoła, banalizacją religijności, jak i kryzysem wychowania religijnego i moralnego. Dostrzegał jednak konsekwencje także w wymiarach społecznym i kulturowym wpisanych w życie narodu. Uważał zatem, że walka z propagandą i manipulacją ma znaczenie uniwersalne. Dlatego też bardzo mocno akcentował problem

⁴² Por. K. Klauza, „Kościół potrzebuje słowa”, „Ethos” 5 (1992), nr 2/3 (18/19), s. 237–244.

⁴³ Por. M. Łętowski, *Zapiski dziennikarza*, t. 1: *Ostatnia dekada PRL z lat 1982–1991*, t. 2: *Pierwsza dekada wolnej Polski. Zapiski dziennikarza z lat 1992–2001*, Lublin 2016.

zarówno uświadamiania istniejących zagrożeń, jak i przede wszystkim wychowania do odbioru informacji i zdolności rozpoznawania w nich prawdy. Temu zagadnieniu poświęcał najbardziej znaczącą część swojej twórczości. Jego fundamentalne prace dotyczyły właśnie pedagogiki mass mediów, jak i zagadnień związanych z rolami mediosfery, ikonosfery i galenosfery w życiu społecznym. Jakkolwiek prezentowane prace miały charakter wybitnie pedagogiczny, to wpisywały się w sposób integralny w konkretną wizję Kościoła jako Matki i Nauczycielki.

Główną pracą poświęconą zagadnieniu wychowania do odbioru mediów jest *Pedagogika mass mediów*⁴⁴, która stanowi wyraz troski duszpasterza i pedagoga wobec uzależnienia jednostki od nieprzemyślanego kontaktu z mediami wyrażającego się w uległości wobec środków propagandy i manipulacji, ale także hałaśliwej reklamy. Zdaniem Lepy są to środki zniekształcające obraz świata, ale przede wszystkim obraz człowieka i wartości uniwersalnych.

Trzeba w tym miejscu jednoznacznie podkreślić, że Lepa był świadomy niezbywalnej obecności i znaczenia środków komunikacji i informacji społecznej. Jego uwagi w żadnym stopniu nie deprecjonowały ich wartości, ale odsłaniały ambiwalentny charakter. Mając świadomość ich znaczenia, podejmował właśnie wysiłek pedagogii, który miał ocalić i zabezpieczyć pierwotny charakter środków informacji i komunikacji społecznej. W jednym ze swoich tekstów pisał:

Jak wynika z analiz socjologów ze szkoły Palo Alto, Paula Watzlawicka i Edwarda T. Halla, człowiek wręcz nie może nie informować, wszak całe jego zachowanie jest komunikatem, który odbiorca może odczytać. Wyróżnia się tu całe zespoły informacji, np. styl życia człowieka, sposób zachowania, język ciała, kultura osobista a nawet jego ubiór. Jednakże tylko niewielka część (zaledwie 10 proc.) przekazywanych w ten sposób informacji jest przez nadawcę uświadomiona. Pozytywny wpływ informacji na osobowość człowieka uzależniony jest od pewnych uwarunkowań. Jednym z nich jest umiejętność korzystania z różnych środowisk informacyjnych, takich jak grupa społeczna, zwłaszcza zaś grupa odniesienia. Najważniejszym środowiskiem

⁴⁴ Por. A. Lepa, *Pedagogika mass mediów*, Łódź 1998.

informacyjnym jest dziś mediosfera człowieka, a więc cały strumień informacji przesyłany przez media. Innym czynnikiem warunkującym przyjęcie informacji i jej spożytkowanie jest umiejętność posługiwania się ciszą (galenosfera – środowisko ciszy). Wpływa ona pozytywnie na rozumienie otrzymywanych informacji, na ich zapamiętywanie i ich właściwą selekcję. Sama cisza staje się formą komunikowania międzyludzkiego⁴⁵.

Biskup Adam Lapa miał świadomość, że metoda pedagogizacji musi sięgać do różnych dyscyplin służących przeciwdziałaniu temu szkodliwemu aspektowi działalności mediów. Centralną częścią tej refleksji staje się ukazanie zagrożeń w sferze wychowania ze strony mediów, ale nade wszystko odstonięcie środków zaradczych wynikających z logosfery.

Tym pojęciem biskup Lapa obejmował świat mediów, w którym słowo Ewangelii i zbawczego przepowiadania powinno stanowić jasny drogowskaz w określaniu i ukazywaniu prawdy, dobra i piękna. Logosfera miała w jego przypadku wymiar nade wszystko podmiotowy i personalistyczny. Oznacza to, że stanowili ją przede wszystkim ludzie słowa jako podmioty dialogu nadawców z odbiorcami, którzy powinni kierować się w nim autentycznymi humanistycznymi treściami. Pisał:

W ścisłym znaczeniu logosfera to specyficzne środowisko społeczne, w którym w szczególny sposób oddziałuje na człowieka słowo traktowane przez niego na zasadzie swoistego prymatu, zarówno w jego własnym środowisku jak i w relacjach z innymi ludźmi. Jest to logosfera zorganizowana, tzn. będąca wypadkową indywidualnej i wspólnej aktywności osób współtworzonych dane środowisko. Logosferę budują dwie główne warstwy – słowo pochodzące z mediów oraz słowo będące składnikiem bezpośrednich rozmów osób tworzących to środowisko⁴⁶.

Właśnie z racji godności osoby ludzkiej i zakazu jej uprzedmiotowienia wynikał jednoznaczny sprzeciw wobec manipulacji medialnej, propagandy

⁴⁵ Tenże, *Logosfera a etyka społeczeństwa komunikacji*, „Annales. Etyka w Życiu Gospodarczym” 2008, nr 11/2 s. 134–135.

⁴⁶ Tamże, s. 142.

i propagandowych technik fałszowania prawdy w imię ideologii, szczególnie tych, które z racji kontekstu historycznego nie mogły i nie mogą budzić wątpliwości co do ich wewnętrznego zła⁴⁷.

W odpowiedzi na istniejące zagrożenia Lepa proponował pogłębioną duchowo pedagogię mediów. Tak, jak zagrożenia dotyczyły sfery religii i sfery społecznej oraz kulturowej, tak też pedagogia miała na celu budowanie i zabezpieczanie tożsamości religijnej, narodowej i kulturowej. Lepa konsekwentnie w wymiarze pedagogiczno-duchowym uwzględniał rolę ciszy akcentowaną w refleksjach dotyczących galenosfery:

Postulat dojrzałej duchowości może być realizowany, gdy uwzględnia się stałą refleksję podejmowaną w milczeniu. Widać to choćby na przykładzie praktyki rachunku sumienia oraz modlitwy myślniej, przeżywanej w stanie wewnętrznego wyciszenia. Bez regularnej refleksji podejmowanej w ciszy nad własnym językiem, tzn. nad wymową, logiką mówienia i komunikatywnością, nie ma pełnej możliwości doskonalenia języka. Podkreślają to autorzy piszący, że mowa jest narzędziem myślenia, a element ciszy spełnia istotną funkcję w formułowaniu myśli i w narracji. Ponieważ zaś język jest narzędziem myślenia, przeto mówi się, że „słowo karmi się ciszą”. Dziś sugeruje się w związku z tym stosowanie „metody słowo-cisza”, która polega na wzajemnym przenikaniu się w jednostce jej słowa i ciszy. Jest też intuicyjne przeświadczenie ludzi o korelatywnym powiązaniu słowa i ciszy. Nawiązują do tego niektóre przysłowia polskie, choćby to powszechnie znane: *Kto nie umie milczeć, nie umie mówić*⁴⁸.

Przekonanie o szczególnych wartości i znaczeniu słowa, ale także milczenia i ciszy nieuchronnie prowadzi w głąb duchowości mediów, a zarazem do odsłaniania żywej obecności Chrystusa w przestrzeni logosfery. W ten sposób pedagogia mediów stawała się zarazem działaniem

⁴⁷ Por. tenże, *Media – czwarta władza, czy służba człowiekowi*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 2000, nr 9, s. 171–180; tenże, *Etyczne i wychowawcze aspekty opinii publicznej*, „Annales. Etyka w Życiu Gospodarczym” 2009, nr 12, s. 109–119.

⁴⁸ Tenże, *Etyka galenosfery*, „Annales. Etyka w Życiu Gospodarczym” 2011, nr 14, s. 195.

ewangelizacyjnym, wpisanym w przestrzeń nowej ewangelizacji. Dlatego biskup Lepa jednoznacznie wskazywał, że logosfera powinna stać się przedmiotem zainteresowania ze strony pedagogów, katechetów i duszpasterzy. Szczególną rolę w tym zainteresowaniu i zaangażowaniu winien pełnić laikat katolicki. To on bowiem jest wezwany mocą chrztu do tej formy apostołstwa poprzez odkrycie na nowo znaczenia słowa mówionego i pisanego oraz uświadomienie znaczenia dialogicznego charakteru relacji Bóg–człowiek⁴⁹. Lepa pisał:

Propaganda antykościelna z takimi jej skutkami jak antagonizm prowadzący do agresji czy skuteczne odwracanie uwagi od spraw istotnych dla narodu przestaje być jedynie „prywatnym” problemem Kościoła. Niech niepokoi szerokie kręgi społeczeństwa. Natomiast dla rzeszy duszpasterzy, katechetów i wychowawców katolickich winna stać się jednym z najważniejszych problemów formacji religijnej i patriotycznej młodego pokolenia.

Ojciec Święty Jan Paweł II w adhortacji *Christifideles laici* (1988 r.) przypomniał ludziom świeckim, że mają formować w sobie zmysł krytyczny, umiłowanie prawdy, troskę o wolność i poszanowanie godności osoby „zdecydowanie i z odwagą przeciwstawiając się wszelkim formom monopolizacji i manipulowania” (CL nr 44). To wezwanie papieża nadal czeka w Polsce na konsekwentną i pełną realizację⁵⁰.

Trzeba zauważyć, że swoje zaangażowanie w sferę pedagogizacji, która czytelnie stawała się formą ewangelizacji i reewangelizacji, Lepa wyrażał nie tylko poprzez twórczość naukową, konferencje i wykłady prowadzone w warszawskiej Akademii Teologii Katolickiej i łódzkim Wyższym Seminarium Duchownym, ale także przez tworzenie inicjatyw: konferencji, sympozjów, cyklicznych spotkań. Jedną z takich form stało się cykliczne, coroczne sympozjum pod wspólnym tytułem „Oblicza prawdy”, organizowane w Wyższej Szkole Kultury Społecznej i Medialnej w Toruniu (obecnie

⁴⁹ Por. M. L. Kowalski, *Ewangelizacja mediów i przez media u progu trzeciego tysiąclecia chrześcijaństwa według Biskupa Adama Lepy*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 2003, nr 12, s. 310.

⁵⁰ A. Lepa, *Pięć lat „zdrowej krytyki”...*, dz. cyt., s. 457.

Akademii Kultury Społecznej i Medialnej). Adam Lepa był zarówno pomysłodawcą, organizatorem, jak i wieloletnim uczestnikiem tych spotkań, które bardzo czytelnie ukazywały i ukazują związek pedagogizacji mediów z ewangelizacją. Niewątpliwie ze szczególnym zaangażowaniem wspierał i patronował także ogólnopolskim Konferencjom Katolickiego Stowarzyszenia Dziennikarzy, które odbywały się regularnie z jego inicjatywy i pod jego patronatem w Łodzi.

Apelował jednak przede wszystkim o to, aby polem tych aktywności – wyrastających z refleksji naukowych podejmowanych na konferencjach i sympozjach – stawały się parafie, których rolą winno być organizowanie życia religijnego, ale także kulturalnego i pedagogicznego: „Sama natura kultury sprawia, że ewangelizacja prowadzona w obrębie parafii ma wielu swoich wiernych sprzymierzeńców w twórcach kultury oraz w innych różnorodnych dziełach. Wszak działalność kulturalna jest ostatecznie ciągłym wybieganiem w przyszłość; wykazuje więc perspektywę eschatyczną”⁵¹.

Podkreślał jednoznacznie:

W obrębie parafii wielkomejskiej mogą funkcjonować instytucje wykazujące charakter pedagogiczny, założonej prowadzonej bądź przez duszpasterzy albo zgromadzenia zakonne, bądź też przez świeckich katolików. Wymienić tu należy przede wszystkim szkoły katolickie wszystkich typów (podstawowe, średnie ogólnokształcące, zawodowe i wyższe), przedszkola, bursy internaty.

W placówkach szkolnych realizowany jest nie tylko obowiązujący program dydaktyczny lecz ponadto odbywa się wszechstronna formacja uczniów i studentów. [...]

Dla laikatu własna parafia jest wyjątkowo dogodnym miejscem do prowadzenia zwłaszcza zorganizowanej działalności o charakterze apostołskim. Szczególnie po Soborze Watykańskim II świeccy dość często otrzymują zdecydowane i konsekwentne impulsy ze strony kościoła do takiej działalności⁵².

⁵¹ Tenże, *Parafia wielkomejska jako środowisko wychowawcze*, dz. cyt., s. 31.

⁵² Tamże.



W przypadku biskupa Adama Lepy można mówić bez wątplenia o posłudze i twórczości w jego działalności. Ta druga sfera – twórczość przede wszystkim naukowa, a także publicystyczna – wydaje się bardziej znacząca w sensie uniwersalności przekazu i zakresu oddziaływania. Trzeba jednak podkreślić, że była ściśle powiązana z potrzebą posługi duszpasterskiej.

Przenikanie się posługi pastoralnej i twórczości naukowej wytworzyło charakterystyczny styl wypowiedzi biskupa Lepy. Można stwierdzić, że był pozbawiony mocnego tonu polemicznego, wolny od personalnej krytyki i tonu antagonizującego odbiorców i środowiska. Całość tych wypowiedzi była podporządkowana charakterowi pedagogicznemu – sokratejskiej mądrości szukającej prawdy i próbującej wyzwolić ją w odbiorcy.

Z tego względu to przesłanie pozostaje aktualne zarówno w zakresie treści, jak i formie. Jego treść zyskuje dzisiaj na znaczeniu. Jest to konsekwencją wzbogaconej skali manipulacji i propagandy na temat Kościoła, a także ujawnianych zniekształceń Kościoła, które negują prawdę jego obrazu mocą zdrady Ewangelii dokonywanej przez ludzi samego Kościoła, kapłanów i hierarchów. Jest to zarazem treść aktualna w tym znaczeniu, że Kościół w prawdzie swojego obrazu i wiarygodności słowa Ewangelii pozostaje Matką i Nauczycielką prowadzącą lud Boży w stronę prawdy. Czyni to pomimo współczesnej skali ponowoczesnego cynizmu w stosunku do tej wartości życia osobowego i społecznego.

Przesłanie biskupa Lepy pozostaje także aktualne pod względem formy w tym sensie, że jednoznacznie demaskując obiektywne zło różnych postaci zakłamań prawdy i podważania prawdziwości, czyni to z szacunkiem wobec osoby antagonisty. Ujawnia w ten sposób misję Kościoła, a w szczególności jej wymiar zbawczy.

Biogram

Paweł Bortkiewicz – ur. w 1958 roku w Jeleniej Górze; ksiądz katolicki, chrystusowiec, teolog, etyk, profesor nauk teologicznych, autor książek i artykułów, wykładowca akademicki.

Doktorat obronił na Katolickim Uniwersytecie Lubelskim (1989), habilitację zrobił na Akademii Teologii Katolickiej (obecnie UKSW) w Warszawie (1995); profesorem jest od 2007 roku

Ks. prof. Bortkiewicz związany był z Uniwersytetem Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie i Uniwersytetem im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. Aktualnie pracuje w Akademii Kultury Społecznej i Medialnej w Toruniu. Jest członkiem Akademii Kopernikańskiej w Warszawie. W kadencji 2015–2020 był członkiem Narodowej Rady Rozwoju. Główne przedmioty zainteresowań naukowych – nauczanie św. Jana Pawła II (ostatnia publikacja *Patrząc na polskie dzieje. Św. Jan Paweł II a demokracja*, 2025), nauka o małżeństwie i rodzinie, etyka i bioetyka. Związany z Radiem Maryja i Telewizją Trwam.

Streszczenie

W publikacji podjęto zagadnienie obrazu Kościoła katolickiego w Polsce w latach 90. XX wieku na podstawie dorobku biskupa Adama Lepy. Refleksja naukowa zostaje skoncentrowana na zagadnieniu demaskacji mechanizmów wypaczających wizerunek tegoż Kościoła, na kwestii pedagogizacji wiernych, oraz zadaniach duszpasterzy w aktywnym uczestnictwie w odbiorze i tworzeniu mediów we wspólnocie Kościoła.

Słowa kluczowe: biskup Adam Lepa, Kościół, propaganda, wizerunek

Summary

The publication addresses the issue of the image of the Catholic Church in Poland in the 1990s based on the scientific achievements of Bishop Adam Lepa. The reflection is focused on the issue of unmasking the mechanisms that distort the image of this Church, on the issue of educating the faithful, and the tasks of pastors in active participation in the reception and creation of media in the Church community.

Keywords: Bishop Adam Lepa, Church, propaganda, image

Bibliografia

- Chwedeńczuk B., *Czy w Polsce toczy się walka o rząd dusz?*, „Więź” 1992 nr 5, cyt. za: *Spór o Polskę 1989–99. Wybór tekstów prasowych*, wstęp, wybór i układ P. Śpiwak, Warszawa 2000, s. 375.
- Dyduch J., *Szkoły katolickie*, „Niedziela” 1990, nr 8, s. 1, 5.
- Działa E., *W milczeniu i nadziei*, Poznań 1982.
- Gowin J., *Kryzys Kościoła, kryzys demokracji*, „Gazeta Wyborcza” 23–24.01.1993, cyt. za *Spór o Polskę 1989–99. Wybór tekstów prasowych*, wstęp, wybór i układ P. Śpiwak, Warszawa 2000, s. 387–388.

- Graczyk R., *Jakiego Kościoła polska demokracja potrzebuje?*, „Gazeta Wyborcza” 20–21.03.1993, cyt. za: *Spór o Polskę 1989–99. Wybór tekstów prasowych*, wstęp, wybór i układ P. Śpiewak, Warszawa 2000, s. 394.
- Hall E. T., *Poza kulturą*, Warszawa 1984.
- Hoppe H. H., *Demokracja. Bóg, który zawiódł*, Warszawa 2006.
- Jan Paweł II, *Homilia z mszy dla świata pracy w Gdańsku*, Gdańsk, 12 czerwca 1987.
- Klauza K., „*Kościół potrzebuje słowa*”, „Ethos” 1992, nr 2/3(18/19), s. 237–244.
- Kowalski M. L., *Ewangelizacja mediów i przez media u progu trzeciego tysiąclecia chrześcijaństwa według Biskupa Adama Lepy*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 2003, nr 12, s. 275–312.
- Lepa A., *Anatomia manipulowania*, „Niedziela” 1990, nr 46, s. 1, 5.
- Lepa A., *Antykatecheza w mediach masowych?*, „Wiadomości Archidiecezjalne Łódzkie” 1992, nr 10–11, s. 304–308.
- Lepa A., *Etyczne i wychowawcze aspekty opinii publicznej*, „Annales. Etyka w Życiu Gospodarczym” 2009, nr 12(2), s. 109–119.
- Lepa, A., *Etyka galenosfery*, „Annales. Etyka w Życiu Gospodarczym” 2011, nr 14(1), s. 193–204.
- Lepa A., *Kariera stereotypów i sukces propagandy*, „Niedziela” 1994, nr 11, s. 1, 6.
- Lepa A., *Katecheta wobec audiowizji*, „Wiadomości Diecezjalne Łódzkie” 1969, nr 2, s. 162–167.
- Lepa A., *Logosfera a etyka społeczeństwa komunikacji*, „Annales. Etyka w Życiu Gospodarczym” 2008, nr 11/2, s. 133–144.
- Lepa A., *Media – czwarta władza, czy służba człowiekowi*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 2000, nr 9, s. 171–180.
- Lepa A., *Media w świecie słowa*, Częstochowa 2011.
- Lepa A., *Papież Jan Paweł II w Łodzi 13 czerwca 1987 r.*, Łódź 2017.
- Lepa A., *Parafia wielkomińska jako środowisko wychowawcze*, w: *Dziś i jutro parafii*, red. tegoż, Łódź 1991, s. 9–46.
- Lepa A., *Pedagogika mass mediów*, Łódź 1998.
- Lepa A., *Pięć lat „zdrowej krytyki” obłożonej twierdzy*, „Niedziela” 12.06.1994, cyt. za: *Spór o Polskę 1989–99. Wybór tekstów prasowych*, wstęp, wybór i układ P. Śpiewak, Warszawa 2000, s. 456.
- Lepa A., *Postulat ciszy w wychowaniu do mediów*, [w:] *Przygotowanie do nauczania odbioru mediów*, Opole 2000, s. 19–34.
- Lepa A., *Propaganda antykościelna dziś?*, „Niedziela” 1993, nr 15, s. 1, 6.
- Lepa A., *Stare przemilczenia czy nowa cenzura?*, „Niedziela” 1993, nr 19, s. 1, 6.
- Lepa A., *Świat manipulacji*, Biblioteka „Niedzieli”, Częstochowa 1997, s. 255.
- Lepa A., *Świat propagandy*, Biblioteka „Niedzieli”, Częstochowa 1994, s. 184.
- Lepa A., *Wartości chrześcijańskie w kulturze czy dalsza jej sowietyzacja?*, „Niedziela” 1993, nr 12, s. 1, 6.

- Lepa A., *Wychowanie w rodzinie a przestępczość młodzieży*, w: *Działalność naukowa Wydziału Teologicznego*, red. J. Nosowski, Warszawa 1969, s. 296–300.
- Łętowski M., *Zapiski dziennikarza*, t. 1: *Ostatnia dekada PRL z lat 1982–1991*, t. 2: *Pierwsza dekada wolnej Polski. Zapiski dziennikarza z lat 1992–2001*, Lublin 2016.
- Michnik A., *Kościół–prawica–monolog albo ludzie podwójnego wyznania*, „Gazeta Wyborcza” 27–28.03.1993, cyt. za: *Spór o Polskę 1989–99. Wybór tekstów prasowych*, wstęp, wybór i układ P. Śpiewak, Warszawa 2000, s. 396.
- Mierzejewska-Roszkowska J., *Dzieje szkoły im. Cecylii Plater-Zyberkówny*, „Przegląd Powszechny” 1983, nr 4 s. 84–98.
- Miłosz C., *Państwo wyznaniowe?*, „Kultura” 1991, nr 7–8, s. 3–4. Pierwodruk: „Gazeta Wyborcza” 1991, nr 109, s. 8–9.
- Pajak H., *Urbana „Nie” w wojnie z Kościołem katolickim*, Lublin 1993.
- Podstawowe zagadnienia psychologii religii*, red. S. Głaz, Kraków 2006.
- Powołanie i posłannictwo ludzi świeckich w świetle dokumentów kościelnych*, red. E. Weron, Poznań 1989.
- Trzebiński J., *Narracyjne konstruowanie rzeczywistości*, w: *Narracja jako sposób rozumienia świata*, red. tegoż, Gdańsk 2002, s. 17–42.
- Watzlawick P., Beavin J. H., Jackson D. D., *Pragmatics of Human Communication*, New York 1967.
- Weron E., *Laikat i apostołstwo*, Paryż 1990.
- Woźniakowski J., *Świeccy*, Kraków 1987.
- Ziemkiewicz R. A., „TET” *nad Wisłą*, „Debata” 1994, nr 2, s. 70–72.

Stereotypizacja wizerunku instytucji Kościoła katolickiego w polskich mediach w świetle dorobku naukowego Adama Lepy

Wprowadzenie

Jednym z rudymenarnych zadań nauk społecznych jest, jak zauważają Agnieszka Szymańska i Agnieszka Hess, „zrozumienie i opisanie mechanizmów społecznego procesu konstruowania rzeczywistości, w której żyjemy”¹. W polskiej sferze publicznej w latach epoki PRL oraz po zmianie ustrojowej w 1989 roku instytucja Kościoła katolickiego przynależy do istotniejszych podmiotów wpływających na życie społeczno-polityczne². Janusz Mariański, długoletni badacz przemian religijności w społeczeństwie polskim, zauważa,

¹ A. Szymańska, A. Hess, *Mniejszości narodowe, etniczne i religijne w przekazie mediów: metodologia międzynarodowych badań porównawczych*, Kraków 2014, s. 12.

² A. Turska-Kawa, W. Wojtasik, *Diversity of Roman Catholics in Poland and their Socio-institutional Preferences*, „Religio” 2017, nr 25(1), s. 46–49; K. Zuba, *The Political Strategies of the Catholic Church in Poland*, „Religion, State & Society” 2010, nr 38(2), s. 115–134.

że społeczna rola religii i Kościoła katolickiego w Polsce jest rozmaicie postrzegana, zwłaszcza w warunkach słabnącej siły moralnej społeczeństwa. Swoiste apogeum popularności uzyskał Kościół w Polsce w latach 80. XX wieku³. Po transformacji ustrojowej ocena Kościoła – wyraziście zaangażowanego politycznie, jak również uwikłanego w nadużycia niektórych duchownych wobec nieletnich – natrafiła na coraz powszechniejszą dezaprobatę ze strony opinii publicznej⁴. W kontekście postrzegania instytucji eklezjalnej w Polsce nie bez znaczenia pozostaje także pontyfikat Jana Pawła II⁵.

Twórczość polskiego pedagoga i medioznawcy Adama Lepy w dużej mierze przypada na czas transformacji ustrojowej w Polsce. Łódzki biskup pomocniczy był uważnym obserwatorem polskiej sfery publicznej, centralne miejsce w jego obszarze zainteresowań naukowych zajmowały zaś media i ich przekaz. Jako duchowny i naukowiec dokonywał m.in. prób rekonstrukcji obrazu Kościoła katolickiego w Polsce, wskazywał na powinności deontologiczne środowiska dziennikarskiego, rozważał temat miejsca i znaczenia mediów katolickich w polskim systemie medialnym⁶. W obszernym dorobku Adama Lepy obecne są różnorodne nurty refleksji nad mediami, np. nad ich wpływem na osobowość człowieka czy rolę, jaką pełnią w duszpasterstwie i katechizacji⁷. W niniejszej publikacji zawężono pole badawcze do sposobu postrzegania roli mediów w ukazywaniu tożsamości Kościoła instytucjonalnego w Polsce i kształtowania stereotypów na jego temat. Celem podjętej analizy jest rekonstrukcja wyodrębnionych przez Adama Lepę

³ J. Mariański, *Scenariusze przemian religijności i Kościoła katolickiego w społeczeństwie polskim. Studium diagnostyczno-prognostyczne*, Lublin 2021, s. 7.

⁴ M. Kunicki, *Lustration and the Roman Catholic Church in Poland*, w: *Churches, Memory and Justice in Post-Communism. Memory Politics and Transitional Justice*, eds. L. Turcescu, L. Stan, Cham 2021, s. 21–44.

⁵ C. Kościelniak, *John Paul II and the Three Phases of his Leadership in Poland*, „Church, Communication and Culture” 2023, nr 8(2), s. 154–166.

⁶ J. Pater, *Biskup Adam Lepa – duszpasterz i nauczyciel*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 2008, nr 17(1), s. 17–25; tenże, *Biskup Adam Lepa – wykaz publikacji*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 2008, nr 17(1), s. 73–101.

⁷ Por. A. Lepa, *Parafia wielkomejska jako środowisko wychowawcze*, w: *Dziś i jutro parafii*, red. tegoż, Łódź 1991, s. 7–46; tenże, *Mediosfera człowieka*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 2010, nr 19(1), s. 159–169; tenże, *Pedagogia galenosfery człowieka*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 2011, nr 20(1), s. 155–167.

stereotypów, które dostrzegł w polskich mediach, dotyczących wizerunku instytucjonalnego Kościoła katolickiego. Tekst ma charakter przeglądowy i odwołuje się do dorobku naukowego Lepy⁸. W podjętych badaniach wykorzystano metodę analizy i krytyki piśmiennictwa. W analizie pominięto bogatą spuściznę publicystyczną i popularnonaukową medioznawcy.

Perspektywa teoretyczna. Siatka pojęciowa

W podjętej analizie kluczowymi terminami wymagającymi doprecyzowania są następujące: wizerunek, tożsamość, stereotypizacja, polskie media oraz Kościół katolicki.

Przyjęto rozumienie wizerunku jako reprezentacji jakiegoś przedmiotu czy beneficjenta w świadomości podmiotu (odbiorcy) w wymiarze komunikacyjnym. Akcent jest zatem położony na kanałach komunikacyjnych, jakimi rozchodzi się informacja kształtująca obraz instytucji w umysłach odbiorców (język, obrazy, symbole), kodach używanych podczas tej komunikacji, a także rolach komunikacyjnych w procesie tworzenia wizerunku (nadawca–pośrednik–odbiorca)⁹. Dokonując operacjonalizacji tej definicji do podjętego tematu, mówiąc o wizerunku instytucji Kościoła katolickiego, mamy na myśli reprezentację instytucji eklezjalnej w świadomości odbiorcy/opinii publicznej, której ważnym odzwierciedleniem są media.

Z kolei jako tożsamość instytucji przyjęto względnie trwałe system cech określających jej ciągłość i stabilność, jak również produkt relacji z innymi ludźmi, zmieniający się w różnych kontekstach¹⁰. W procesach

⁸ Wykaz publikacji naukowych Adama Lepy do 2008 roku zebrał Jarosław Pater. Zob. tenże, *Biskup Adam Lepsa – wykaz publikacji*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 2008, nr 17(1), s. 73–101. W analizie uwzględniono również publikacje o charakterze publicystycznym, w której Adam Lepsa prezentuje m.in. własne stanowisko dotyczące funkcjonowania mediów w Polsce i stereotypizacji wizerunku Kościoła instytucjonalnego. Por. A. Lepsa, *Arystokraci ducha*, red. Jerzy Klechta, Łódź 2018.

⁹ M. Łączyński, *Analiza wizerunku*, w: *Metody badania wizerunku w mediach. Czy jest wizerunek. Jak i po co należy go badać*, red. T. Gackowski, M. Łączyński, Warszawa 2009, s. 81–82.

¹⁰ T. Paleczny, *Socjologia tożsamości*, Kraków 2008, s. 9.

społecznych interakcji tożsamość jest czynnikiem trwałości, stabilizacji i ciągłości. Tożsamość instytucji kościelnej jest wyznaczona przez granice, które ją odróżniają i oddzielają od innych instytucji, a jednocześnie nadają sens relacjom z innymi partnerami interakcji społecznych¹¹.

W podjętych badaniach przyjęto rozumienie stereotypu jako rodzaju potocznej konceptualizacji rzeczywistości, w której istotą jest eksponowanie kognitywnej, a nie tylko ewaluatywnej funkcji stereotypu i zastosowanie do opisu rzeczywistości definicji kognitywnej oraz podjęcie próby rekonstrukcji profilowania jako tekstotwórczej procedury formowania wariantów bazowego wyobrażenia na poziomie dyskursu, uwarunkowanego kontekstowo i intencjonalnie¹². Konstruowanie obrazu innych, także przez media, wyznaczają trzy odmienne poziomy czynniki: socjokulturowe, psychodynamiczne i poznawcze¹³. Zagadnienie wpływu tożsamości grupy na konstruowanie stereotypów innych uzasadnia się pragmatycznie i poznawczo. Uzasadnienie pragmatyczne nakazuje traktować czynnik społeczno-kulturowy jako źródło wpływów na stereotyp jako szczególnie istotny czynnik tworzący go i utrwalający. Z kolei uzasadnienie o charakterze poznawczym dotyczy charakteru wpływu tożsamości grupy obserwującej na obraz grupy obserwowanej¹⁴. Stereotyp tworzą nie tylko treści poznawcze, ale również emotywnie i pragmatyczne, które są oparte na indywidualnym i społecznym doświadczeniu ludzi¹⁵. Adam Lepa traktuje stereotypy jako niezwykle funkcjonalny i skuteczny środek propagandy, wynikający ze stałej ludzkiej tendencji do budowania uogólnień i niechęci do poddawania stereotypu kontroli¹⁶. Do środków propagandy Lepa zaliczał także: mit,

¹¹ Tamże.

¹² J. Bartmiński, I. Lappo, U. Majer-Baranowska, *Stereotyp Rosjanina i jego profilowanie we współczesnej polszczyźnie*, „Etnolingwistyka. Problemy Języka i Kultury” 2002, nr 14, s. 106.

¹³ Z. Bokszański, *Tożsamość kolektywna a stereotyp*, „Acta Universitatis Lodzianensis. Folia Sociologica” 1999, nr 28, s. 26.

¹⁴ Tamże, s. 27.

¹⁵ J. Bartmiński, W. Chlebda, *Problem konceptu bazowego i jego profilowania – na przykładzie polskiego stereotypu Europy*, „Etnolingwistyka. Problemy Języka i Kultury” 2013, nr 25, s. 71.

¹⁶ A. Lepa, *Pedagogika mass mediów*, Łódź 2003, s. 161.

plotkę propagandową i kamuflaż, które intensyfikują procesy stereotypizacji¹⁷. Powyższe terminy dość często były traktowane przez łódzkiego medioznawcę na sposób synonimiczny albo też granica między ich rozumieniem była nieostra. Ważnym czynnikiem pomagającym przezwyciężyć procesy stereotypizacji jest środowisko słowa – logosfera – promująca zdaniem Lepy generatywność myślenia¹⁸.

W monografii *Galenosfera. Środowisko ciszy* medioznawca postuluje, by traktować stereotypy jako „gotową formę myślenia”, funkcjonującą poza kontrolą ze strony jednostki i w konsekwencji ułatwiającą skuteczną manipulację:

Stereotypy powodują spustoszenie w świadomości społeczeństwa, są bowiem czynnikiem skutecznie powodującym chaos medialny. W ramach manipulacji stereotyp występuje również w postaci tzw. etykietki, którą „przyczepia się” do osoby lub instytucji, żeby ją zdyskredytować i wyeliminować z życia publicznego (np. etykietka „Polak-antysemita” czy „homofobia katolików”). Manipulowanie informacją występuje głównie w działaniach propagandowych, co w sposób ewidentny widać na przykładzie propagandy szeptanej¹⁹.

Przez polskie media przyjęto rozumienie mediów tradycyjnych i elektronicznych, których siedziba i działalność prowadzona jest na terenie Rzeczypospolitej Polskiej. Szczególna uwaga autora w podjętych badaniach zostaje skoncentrowana na mediach opinii, obejmujących różne typy mediów komentujących informacje o wydarzeniach w celu urabiania opinii publicznej i kształtowania postaw. Media opinii są najczęściej wyrazem świadomości indywidualnej, tzn. wyrażają osobiste przekonania autorskie, i są dość wyraźnie sprofilowane pod względem tematycznym i kręgu odbiorców²⁰. Do polskich mediów zaliczono także media bulwarowe, oferujące treści niskiej

¹⁷ Tamże, s. 161–163.

¹⁸ Tenże, *Funkcja logosfery w wychowaniu do mediów*, Łódź 2003, s. 173.

¹⁹ Tenże, *Galenosfera. Środowisko ciszy*, Łódź 2017, s. 57–58.

²⁰ T. Mielczarek, *Prasa opinii (czasopisma opinii, tygodniki opinii)*, w: *Leksykon terminów medialnych M–Z*, red. K. Wolny-Zmorzyński, K. Doktorowicz, P. Płaneta, R. Filas, Toruń 2024, s. 223.

jakości, banalizujące i beletryzujące wiadomości, prezentujące zdarzenia w taki sposób, że trudno orzekać o ich prawdziwości lub fałszywości²¹.

Pojęcie instytucjonalnego Kościoła katolickiego jest rozumiane w znaczeniu instytucji religijnej funkcjonującej w systemie politycznym, społecznym i gospodarczym o określonej strukturze hierarchicznej, do której należą osoby duchowne, tzn. te, które przyjęły sakrament święceń (biskupi, kapłani, diakoni). Chodzi zatem o wąskie rozumienie Kościoła odnoszącego się do hierarchii kościelnej²².

Stereotypy instytucji eklezjalnej

Adam Lepa wskazuje na istotniejsze stereotypy, które można odnieść do wizerunku Kościoła katolickiego w polskich mediach opinii. Do tych najczęściej spotykanych należą: stereotyp Kościoła mieszającego się do polityki²³, stereotyp Kościoła rządzącego państwem²⁴, stereotyp Kościoła tworzącego państwo wyznaniowe i klerykalizującego Polskę²⁵, stereotyp Kościoła jako obłączonej twierdzy²⁶, stereotyp Kościoła podzielonego (na biskupów otwartych i konserwatywnych)²⁷. Utrwalaniu stereotypów o Kościele katolickim jako instytucji służą w opinii medioznawcy medialne ataki na Kościół. Autor monografii *Mity i obrazy* twierdzi m.in.:

Ponieważ Kościół był największym i niekwestionowanym autorytetem w czasach komunistycznych, dlatego też, aby nie powiększał swojego prestiżu i nie miał żadnego wpływu na życie publiczne, podejmuje się niesprawiedliwe

²¹ M. Mateja, „Świat przedstawiony” zamiast obrazu rzeczywistości? Krecyjny potencjał mediów brukowych, „Oblicza Komunikacji” 2011, nr 4, s. 57–71.

²² A. Modrzejewski, *Kościół a polityka. Rozważania wokół aktywności politycznej duchowieństwa rzymskokatolickiego podczas wyborów prezydenckich 2010 roku*, „Środkowoeuropejskie Studia Polityczne” 2010, nr 4, s. 46–47.

²³ A. Lepa, *Mity i obrazy*, Łódź 1999, s. 24.

²⁴ Tamże.

²⁵ Tamże.

²⁶ Tamże, s. 25.

²⁷ Tenże, *Arystokraci ducha*, dz. cyt., s. 88.

ataki. Ich celem jest obniżenie autorytetu Kościoła i wyeliminowanie wartości chrześcijańskich z życia narodu, aby zastąpić je nową kulturą i moralnością. Tego rodzaju ataki prowadzone są nieprzerwanie od 1989 r. we wszystkich rodzajach mediów w Polsce²⁸.

W wywiadzie udzielonym Jerzemu Klehcie Adam Lepa wyjaśnia, że książka *Świat manipulacji* jest odpowiedzią na falę ataków na Kościół instytucjonalny, jakie nastąpiły ze strony mediów lewicowych i liberalnych, szczególnie w pierwszej połowie lat 90. XX wieku. Opisuje w niej mechanizmy manipulacji mające na celu tworzenie i utrwalanie stereotypów o Kościele:

Podstawą tych działań było stosowanie wyszukanych technik manipulowania. Widać to było już w 1991 r. przed pierwszą pielgrzymką Jana Pawła II do wolnej Polski. Głównym przedmiotem ataków był Papież. Jednym chórem występowały przeciwko jego wizycie media lewicowe, liberalne i antyklerykalne, stosujące najbardziej prymitywne i obraźliwe argumenty. Niestety, nie zdołano wtedy dokonać w Polsce mentalnej dekomunizacji społeczeństwa, a przede wszystkim ludzi, którzy zbudowali PRL. Dlatego mimo przełomu 1989 r., wielu „postkomunistów” nosiło w sobie obraz Kościoła skonstruowany jeszcze przed powstaniem PRL-u, a nawet z elementami pochodzącymi z czasów rewolucji bolszewickiej. Ludziom, którzy byli ideologicznymi marionetkami i dlatego przestali być sobą, wkładano do głowy, że Kościół katolicki jest wrogiem publicznym, z którym trzeba walczyć i który należy jak najrychlej wyeliminować. Lękano się Kościoła, szczególnie teraz, gdy partia przestała być „siłą przewodnią narodu”, a Kościół z Papieżem z Polski zyskiwał na znaczeniu i autorytecie. Dlatego tak łatwo wtedy propaganda antykościelna przekonała znaczną część społeczeństwa do mitu „Kościół-organizacji”, głoszącego, że Kościół jest tworem politycznym, pozbawionym całkowicie elementu nadprzyrodzonego i stoi za wszystkimi działaniami życia publicznego. Jego prawdziwym celem jest zdobycie „rządu dusz”. Ten mit daje znać o sobie również dziś, zwłaszcza przed wyborami prezydenckimi, parlamentarnymi i do władz lokalnych. Po ich zakończeniu podejmuje się

²⁸ Tenże, *Mity i obrazy*, dz. cyt., s. 76.

próbę rozliczania Kościoła z wyników wyborów, wysuwając wyjątkowo stronnicze wnioski i opinie²⁹.

W opinii medioznawcy w imię poprawności politycznej nie wypada, a nawet nie powinno się mówić pozytywnie o Kościele, co można potraktować jako katalizator powstawania i utrwalania stereotypów o instytucji eklezjalnej w opinii publicznej³⁰. Zdaniem Lepy, propaganda antykościelna nie może obejść się bez stereotypów, a te z kolei tworzą opinię publiczną. W publikacji *Kariera stereotypów i sukces propagandy* medioznawca zauważa:

Niewiele mówi się o stereotypach, choć stanowią one „świat” dzisiejszego człowieka. Są jedną z tajemnic, żeby nie powiedzieć – tabu, każdej propagandy. Prawidłowość ta potwierdza przekonanie, że w działaniach propagandowych to jest zasadniczo najważniejsze, o czym się głośno nie mówi. Znajomość funkcjonujących w społeczeństwie stereotypów jest często małym kluczem do zrozumienia wielkiej propagandy. [...] Refleksja nad propagandą antykościelną z lat 1990–93 prowadzi do dwóch interesujących wniosków: jest ona w swoich działaniach nadspodziewanie skuteczna oraz zdradza daleko idącą uległość społeczeństwa wobec jej wpływów. Jedną z przyczyn tego stanu rzeczy jest prawdopodobnie fakt wszechstronnego wykorzystania stereotypów. Jakże łatwo było wtedy przekonać wielu ludzi do istnienia takich „zjawisk”, jak powszechny antysemityzm Polaków, totalna nietolerancja katolików, przejście przez Kościół rządów w kraju, klerykalizacja prowadząca do państwa wyznaniowego itp. Na tych i innych stereotypach konstruuje się obecnie w świadomości społeczeństwa negatywny obraz konkordatu³¹.

²⁹ Tenże, *Arystokraci ducha*, dz. cyt., s. 50.

³⁰ Tenże, *Media – czwarta władza, czy służba człowiekowi?*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 2000, nr 9(1), s. 174.

³¹ Tenże, *Kariera stereotypów i sukces propagandy*, „Niedziela” 1994, nr 11, s. 1, 6. Por. też Archiwum Archidiecezjalne w Łodzi, Zesp. Spuścizna naukowa bpa A. Lepy, Sygn. SPNBAL 4/57, Formacja medialna w seminarium duchownym, b.d.; Archiwum Archidiecezjalne w Łodzi, Zesp. Spuścizna naukowa bpa A. Lepy, Sygn. SPNBAL 4/27, Terror medialny, czyli upiory totalitaryzmu, b.d.; Archiwum Archidiecezjalne w Łodzi, Zesp. Spuścizna naukowa bpa A. Lepy, Sygn. SPNBAL 4/38, Antypolskie stereotypy w nowych odsłonach, b.d.

Lepa ponadto odnotowuje, że stereotypy są podstawowym tworzywem mitologii antykościelnej. Do nich należą m.in.: „katolik postępowy”, „Kościół otwarty i Kościół zacofany”, „katolicki ciemnogród”, „klerykalizacja Polski”, „mieszanie się Kościoła do polityki”, „tajemnicze finanse Kościoła”, „bogactwa kleru”, które medioznawca dostrzega w tekstach prasowych „Gazety Wyborczej”, jak również w tygodnikach „Wprost” i „Nie”³².

Lepa dostrzega ponadto polaryzację polskich mediów, jeśli chodzi o ich nastawienie do instytucji Kościoła i kreowanie jego wizerunku. Z jednej strony są to media katolickie, których głównymi funkcjami są ewangelizacja i w konsekwencji prezentowanie tożsamości Kościoła katolickiego zgodnie z Magisterium Kościoła. Z drugiej zaś strony medioznawca wskazuje „ośrodki laickie, lewicowe i liberalne (zwłaszcza libertyńskie), zgrupowane najczęściej wokół niezwykle silnych mediów opiniotwórczych (np. «Gazeta Wyborcza», «Trybuna», «Wprost», «Nie» itp.)”³³ i prowadzące działalność w kontekście systemu posttotalitarnego³⁴. Źródeł tego podziału po 1989 roku należy szukać zdaniem Lepy m.in. w niesprawiedliwym podziale spuścizny materialnej po PZPR (Koncern RSW Prasa-Książka-Ruch), jak również w próbie narzucenia przez media liberalne stylu myślenia zakładającego czysto laicką wizję człowieka i świata³⁵. Problem funkcjonowania stereotypów na temat Kościoła instytucjonalnego zdaniem Lepy jest konsekwencją zarówno zachwiania funkcjonowania mediasfery w Polsce, jak również niesprawiedliwego rozdziału całego dziedzictwa medialnego, które funkcjonowało w obrębie koncernu RSW Prasa-Książka-Ruch³⁶. To z kolei doprowadziło do powstania w Polsce po 1989 roku oligarchicznego modelu mediów, którego cechą rozpoznawczą jest monopol orientacji lewicowej i liberalnej oraz

³² A. Lepa, *Kariera stereotypów i sukces propagandy*, „Niedziela” 1994, nr 11, s. 6. Por. A. Lepa, *Ewangelizacja i nowa propaganda*, w: *Mówić o Bogu*, red. Z. Kijas, Kraków 1997, s. 189–205; M. Kowalski, *Ewangelizacja mediów i przez media u progu Trzeciego Tysiąclecia Chrześcijaństwa według biskupa Adama Lepy*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 2003, nr 12(1), s. 276–299.

³³ A. Lepa, *Mity i obrazy*, dz. cyt., s. 74.

³⁴ Tamże, s. 76–79.

³⁵ Tenże, *Arystokraci ducha*, dz. cyt., s. 51–52.

³⁶ Tenże, *Logosfera a ład medialny*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 2007, nr 16(1), s. 141.

lęk przed mediami alternatywnymi³⁷. W tym kontekście Lepa legitymizuje funkcjonowanie Radia Maryja:

Dlatego wartość Radia Maryja mierzona jest również jego rolą w utrzymaniu ładu w mediasferze państwa. Na Zachodzie wybitni medioznawcy podkreślają, że nie ma prawidłowego rozwoju mediów w państwie, gdy nie istnieją tam media alternatywne. Głosi się zasadę, że tylko media alternatywne zdolne są doprowadzić mediasferę w państwie do poziomu mediów interaktywnych, które w wybitnym stopniu przyczyniają się do powstania społeczeństwa komunikacji. Zatem bez mediów alternatywnych nie ma prawidłowego rozwoju mediów³⁸.

W opinii Lepy stereotypy wzmacniają i utwierdzają mity antyklerykalne, m.in.: mity dotyczące istoty Kościoła oraz jego miejsca w społeczeństwie (w państwie); mity, których przedmiotem jest misja nauczycielska Kościoła; mity na temat negatywnych postaw i cech członków Kościoła (duchownych i osób świeckich)³⁹.

Adam Lepa zauważa, że procesy stereotypizacji dotyczące Kościoła instytucjonalnego, wzmacniane przez wpływ mitów i obrazów na jednostkę i społeczeństwo, utrudniają człowiekowi odbiór treści pochodzących z ewangelizacji, a nawet je zniekształcają i eliminują⁴⁰.

W kontekście stereotypu podzielonego Kościoła hierarchicznego (na duchownych konserwatywnych i progresywnych), w którym znaczącą rolę odgrywają dziennikarze i media, Adam Lepa pisze:

Gdy zaś chodzi o tzw. podział w Episkopacie Polski na biskupów otwartych i konserwatywnych to jest on bardziej efektem dziennikarskich projekcji niż odbiciem rzeczywistości. [...] Dzielenie biskupów polskich na grupy sobie przeciwstawne jest wynikiem pewnych założeń, tworzonych a priori, co

³⁷ Tenże, *Arystokraci ducha*, dz. cyt., s. 94.

³⁸ Tamże.

³⁹ Tenże, *Mity i obrazy*, dz. cyt., s. 23.

⁴⁰ Tamże, s. 48. Por. tenże, *Etyczne i wychowawcze aspekty opinii publicznej*, „Annales. Etyka w Życiu Gospodarczym” 2009, nr 12(2), s. 117–118.

wyduje się być działaniem mającym raczej zniekształcać obraz Episkopatu, niż przekazać o nim wiarygodną wiedzę⁴¹.

Zdaniem medioznawcy należy mówić o nieracjonalności zarzutu mediów skierowanego pod adresem Radia Maryja o jego upolitycznieniu:

Otóż faktem jest, że atakują Radio Maryja wyłącznie media lewicowe, liberalne i antyklerykalne. Atakom tym nadają ton dwa pisma: „Gazeta Wyborcza” i tygodnik „Nie”. Cała reszta powieliła na okrągło zarzuty wymyślone w redakcjach wymienionych tytułów. Natomiast nigdy nie atakują tego Radia pisma prawicowe, konserwatywne czy media społeczne. Inny fakt to sposób atakowania. Jeżeli powiem, że ferowane tam sądy na temat Radia są krytykanckie i bardzo stronnice, to powiem zbyt łagodnie. Tam się obrzuca Radio Maryja inwektywami i różnej maści oszczerstwami, a jednocześnie autorzy tych tekstów nawet nie chcą zachować pozorów obiektywizmu i nigdy nie dostrzegają jakichkolwiek pozytywów związanych ze zjawiskiem Radia Maryja, a to najbardziej podważa, a nawet przekreśla ich wiarygodność. Temat ten stał się już przedmiotem wielu analiz naukowych⁴².

Od pewnego czasu stawia się Radiu Maryja zarzut mieszania się do polityki. Osobiście odnoszę się do tego zarzutu z politowaniem dla jego autorów i nawet nie podejmuję polemiki, bo mogłoby to komuś uwłaczać. Dziś już mówi się głośno, że mit mieszania się Kościoła do polityki pochodzi jeszcze z czasów rewolucji bolszewickiej, kiedy to ówcześni komuniści pod wodzą Lenina z całą bezwzględnością stosowali propagandowy „system wroga”. Historia kołem się toczy i dziś w mediach liberalnych, a zwłaszcza lewicowych (stare ciągotki do metod bolszewickich) również szuka się wroga. A ponieważ „wroga ludu” powinno się eliminować, tak jak to czyniono w czasach stalinowskich, choćby w stosunku do żołnierzy Armii Krajowej, nazywając ich „zapłutymi karłami reakcji”, również dziś wyciąga się ze starego arsenału tę sprawdzoną technikę propagandy, w nadziei, że pod naciskiem sterowanej

⁴¹ A. Lepa, *Arystokraci ducha*, dz. cyt., s. 88.

⁴² Tamże, s. 90–91.

opinii publicznej Radio Maryja zmieni się i zacznie pracować ściśle pod jej dyktando albo osaczone zewsząd, całkowicie zrezygnuje z podjętej misji. Przysnam, że tego rodzaju plany i oczekiwania kojarzą mi się nieodparcie z mentalnością bolszewicką, która skazywała na zniszczenie wszystko, co nie identyfikowało się z celami rewolucji. [...] Dowodem na funkcjonowanie w mediach „mitu mieszania się Kościoła do polityki” są badania przeprowadzone przed kilku laty przez ks. prof. Witolda Zdaniewicza. Wynika z nich, że prawie 67 proc. Polaków jest zdania, iż Kościół miesza się do polityki. Najważniejsza w tym jest okoliczność, że w czasie, gdy przeprowadzono badania, Kościół w Polsce wykazywał wyjątkową pasywność wobec problemów życia publicznego, co wyrzucało mu wielu polityków⁴³.

Ponadto Lepa odrzuca stereotyp hierarchicznego Kościoła podzielonego na KEP vs Radio Maryja:

Nigdy Konferencja Episkopatu Polski nie wystąpiła z jakąś krytyką tego Radia. Rada Stała Konferencji Episkopatu Polski podkreślała wyjątkową rolę Radia w dziele nowej ewangelizacji i publicznie wzywała do zagwarantowania dla Telewizji Trwam miejsca na multipleksie cyfrowym. I wreszcie argument najbardziej „koronny” – to list Benedykta XVI przysłany na ręce prowincjała redemptorystów z okazji 20. rocznicy działalności tego Radia. Nikt dotąd nie wypowiedział tak wielu wysokich ocen i pochlebnych słów na temat Radia jak właśnie Piotr Naszych Czasów⁴⁴.

Warto odnotować pozytywne i życzliwe spojrzenie Adama Lepy na relacje duchownych z wiernymi, ale również jego wyrazistą opinię dotyczącą zniekształcania wizerunku Kościoła przez współczesne media:

W Polsce duchowny cieszy się autorytetem i sympatią. Wbrew narzucanym propagandowo stereotypom ludzie pragną nawiązać osobisty (nie tylko formalny) kontakt z duszpasterzem. Często dają temu wyraz w przelotnych

⁴³ Tamże, s. 91–92.

⁴⁴ Tamże, s. 91.

rozmowach, np. podczas kolędy w domu czy w toku przeprowadzanej wizytacji kanonicznej w parafii. Jest wyraźne zainteresowanie społeczeństwa życiem prywatnym księdza, przy czym realizowane jest ono w otocze życzliwości i zrozumienia. Potwierdza to fakt, że współczesne seriale, w których bohaterem jest kapłan mają największą oglądalność. Przykładowo wymienię takie jak: *Plebania*, *Ojciec Mateusz* czy *Ranczo*. Nie wiem, czy jest drugi taki kraj w Europie, gdzie produkuje się tyle seriali, których bohaterami są osoby duchowne⁴⁵.

Media w przytłaczającej większości liberalne i lewicowe „pełną parą” dążą do takiego zniekształcenia wizerunku Kościoła w świadomości Polaków, żeby oni mogli się do niego całkowicie zniechęcić. Używa się do tego wyszukanych metod manipulowania. To działanie staje się coraz bardziej skuteczne. Dziś spotkać można w związku z tym, określenie „debilizacja społeczeństwa”. Mnie termin ten nie odpowiada, gdyż kojarzy się z człowiekiem, który cierpi na niezawinioną ociążałość umysłową i powinien zasługiwać na współczucie. Osobiście wolę określenie „jełopizacja społeczeństwa” i nieraz go używam w niektórych wypowiedziach publicznych, gdyż ono najlepiej oddaje stosowanie bez skrupułów przez dysponentów mediów makiawelistycznej zasady „cel uświęca środki”, a zarazem wskazuje na wysoki stopień naiwnej uległości odbiorców mediów, którzy bezmyślnie wszystko przyjmują za dobrą monetę⁴⁶.

Podkreślenia wymaga fakt, że od pewnego czasu w mediach z wielką lubością stawia się różnorakie diagnozy pod adresem Kościoła w Polsce, które chóralnie wręcz powtarzają jak mantrę refren o podziałach w jego łonie. Mówi się więc o Episkopacie wewnątrznie rozdartym i o wiernych świeckich miotanych głębokimi podziałami. Uważna analiza tych diagnoz prowadzi jednak do wniosku, że są one przeprowadzane przede wszystkim na użytek propagandy, a nie w celu rzetelnego poinformowania opinii publicznej o aktualnym stanie rzeczy w Kościele nad Wisłą. Nie wspomnę o motywie troski o ten Kościół. Dlatego słyszy się ostatnio o „Kościele łagiewnickim” i „Kościele

⁴⁵ Tamże, s. 101.

⁴⁶ Tamże, s. 102.

toruńskim”, o „Kościele otwartym” i „Kościele – twierdzy oblężonej”, czy wrzecie o „Kościele postępowym” i „Kościele przedsoborowym”. Niestety poza nielicznymi wyjątkami dziennikarze nie potrafią dokładnie pisać na temat Kościoła i jego aktualnych problemów, posługując się obiegowymi sloganami oraz stereotypami, które już dawno przestały być aktualne⁴⁷.

Wnioski

Analiza dorobku naukowego Adama Lepy pod kątem stereotypizacji wizerunku instytucji Kościoła katolickiego w polskich mediach dowodzi, że medioznawca w podjętych badaniach korzysta z publikacji pedagogicznych i socjologicznych oraz z własnych intuicji jako wnikliwy i wieloletni obserwator życia społeczno-politycznego w Polsce. W ten sposób, bazując na literaturze przedmiotu, Lepa opisywał istnienie licznych *cliché* dotyczących Kościoła instytucjonalnego w przestrzeni medialnej.

W analizie dorobku nie odnotowano jednak oryginalnych badań empirycznych bazujących na materiale źródłowym, np. analizy zawartości polskich mediów opinii po 1989 roku czy analizy dyskursu liderów politycznych III RP dotyczącego instytucjonalnego Kościoła katolickiego. Wyraźny niedosyt pozostawia także brak badań jakościowych łódzkiego medioznawcy, choćby badań ankietowych, zogniskowanych wywiadów grupowych (badań fokusowych FGI), czy indywidualnych wywiadów pogłębionych. Rzetelna analiza ilościowa i jakościowa znacząco uzupełniłaby spostrzeżenia łódzkiego medioznawcy w obszarze stereotypizacji wizerunku Kościoła instytucjonalnego w przestrzeni medialnej, zweryfikowałaby ich prawdziwość, jak również dałaby podstawy do sformułowania innych reprezentatywnych wniosków. Abstrahując od powyższego postulatu natury metodologicznej i bazując na dorobku naukowym Lepy, można jednak skonstatować, że w opinii medioznawcy wizerunek instytucji Kościoła katolickiego w polskich mediach jest negatywny i zniekształcony, a znaczącą rolę odgrywają w nim tworzone i rozpowszechniane stereotypy.

⁴⁷ Tamże, s. 145.

Spostrzeżenia Adama Lepy, uzupełnione choćby o badania CBOS dotyczące postrzegania Kościoła hierarchicznego przez opinię publiczną oraz odwołanie się do ilościowych badań zawartości polskich mediów opinii po 1989 roku, mogą stać się ważnym punktem w dyskusji na temat oceny medialnego obrazu Kościoła instytucjonalnego dokonanej przez duchownego. Odwołując się do literatury medioznawczej i politologicznej, można zauważyć, że dyskusyjnymi pozostają wnioski Lepy dotyczące m.in. braku zasadności tezy o zaangażowaniu politycznym Radia Maryja wykraczającym poza te wskazane w katolickiej nauce społecznej⁴⁸, braku zaangażowania hierarchów w procesy komunikowania politycznego⁴⁹ czy też niejednoznacznej postawy niektórych przedstawicieli hierarchii wobec przypadków wykorzystywania seksualnego osób nieletnich przez duchownych⁵⁰.

Na koniec podjętej refleksji warto przywołać opinię Janusza Mariańskiego, cenionego socjologa religii, który w następujący sposób postrzega instytucjonalny Kościół katolicki w Polsce w przestrzeni życia publicznego, w tym także w przestrzeni politycznej:

Być może zaangażowanie się Kościoła instytucjonalnego, w tym szczególnie Radia Maryja, w kampanie polityczne przed wyborami parlamentarnymi i prezydenckimi będą powodować spadek społecznego zaufania do Kościoła, podobnie jak na początku lat dziewięćdziesiątych. Doświadczenie okresu postkomunistycznego pokazuje, że Kościoły walczące o władzę i pozycję

⁴⁸ E. Nowak, R. Riedel, *The Political Subculture of Radio Maryja – Catholic Media as Political System Object in Poland*, „Studia Medioznawcze” 2009, nr 37, s. 11–30; I. Krzemieński, *Radio Maryja and Fr. Rydzyk as a Creator of the National-Catholic Ideology*, w: *Religion, Politics, and Values in Poland*, red. S. Ramet, I. Borowik, New York 2016, s. 85–112.

⁴⁹ S. P. Ramet, *The Catholic Church in Post-communist Poland: Polarization, Privatization, and Decline in Influence*, w: *Religion and Politics in Post-Socialist Central and Southeastern Europe: Challenges since 1989*, red. S. P. Ramet, London 2014, s. 25–52.

⁵⁰ Z. Nosowski, *Jest źle. O kryzysach naszego Kościoła*, „Więź” 2020, nr 63(681), s. 81–94; P. Guzik, *An Unfinished Story of Conversion: Clerical Sexual Abuse in Poland: A Communications Case Study on Betrayal, Healing and Trust Recovery*, „Church, Communication and Culture” 2020, nr 5(3), s. 417–455; K. Glombik, *Between the Pillory Treatment and Reliable Clarification: On the Role of the Media in Response to the Sexual Abuse Crisis in the Catholic Church in Poland*, „Journal of Moral Theology” 2023, 3 (CTEWC Book Series 3), s. 213–229.

społeczną (a zwłaszcza polityczną) niszczą swoją moralną wiarygodność. Wydaje się, że znalezienie właściwej pozycji i roli w społeczeństwie pluralistycznym jest jeszcze dla Kościoła katolickiego w Polsce nieodrobioną lekcją. Niektórzy duchowni lansują nawet tezę, że wielu biskupów przyznaje sobie prawo do mieszania się we wszystko w życiu społecznym i politycznym. [...] Krytyka Kościoła przyczynia się niejednokrotnie do tworzenia się swoistej kultury cynizmu i nieufności wobec niego. Jeżeli nawet te opinie i poglądy, a nawet uprzedzenia, nie zawsze odzwierciedlają rzeczywisty obraz Kościoła, to nie są one bez znaczenia dla kształtowania się opinii o Kościele w całym społeczeństwie, bo jest on właśnie takim, jakim się ludziom wydaje. Niechęć czy obojętność wobec Kościoła współtworzą niektóre media opiniotwórcze, które kształtują poglądy o politycznej i społecznej ekspansji Kościoła katolickiego w społeczeństwie⁵¹.

Powyższą opinię badacza od lat związanego z Katolickim Uniwersyte-tem Lubelskim Jana Pawła II można potraktować jako cenny kontrapunkt w sformułowanych tezach Adama Lepy na temat istniejących stereotypów Kościoła katolickiego w polskich mediach opinii. Zacytowany fragment tekstu *Kościół katolicki w przestrzeni życia publicznego* wydaje się racjonalnym uzasadnianiem istniejących *cliché* o instytucji eklezjalnej w przestrzeni mediów oraz dopełnieniem myśli Adama Lepy.

Biogram

Rafał Leśniczak – doktor habilitowany nauk społecznych w dyscyplinie nauki o komunikacji społecznej i mediach (UMCS 2020), zatrudniony na stanowisku profesora uczelni, kierownik Katedry Komunikacji Społecznej, Public Relations i Nowych Mediów Instytutu Edukacji Medialnej i Dziennikarstwa UKSW w Warszawie. Jego obszary badawcze obejmują komunikowanie polityczne, mediatyzację religii, mediatyzację polityki i public relations. Członek Komitetu Nauk o Komunikacji Społecznej i Mediach Polskiej Akademii Nauk na kadencję 2024–2027.

⁵¹ J. Mariański, *Kościół katolicki w przestrzeni życia publicznego*, w: *Religia i Kościół w społeczeństwie demokratycznym i obywatelskim w Polsce. Między losem a wyborem*, red. J. Baniak, Poznań 2012, s. 91.

Streszczenie

Celem podjętej analizy jest rekonstrukcja wyodrębnionych przez Adama Lepę stereotypów, które dostrzegł w polskich mediach, a dotyczących wizerunku instytucjonalnego Kościoła katolickiego. Pole badawcze odnosi się zatem do sposobu postrzegania przez medioznawcę roli mediów w ukazywaniu tożsamości instytucji eklezjalnej w Polsce i kształtowania stereotypów na jej temat. Tekst ma charakter przeglądowy i odwołuje się do dorobku naukowego Lepy. W podjętych badaniach wykorzystano metodę analizy i krytyki piśmiennictwa.

Słowa kluczowe: Adam Lepa, Kościół katolicki, stereotypizacja, tożsamość, wizerunek

Summary

The aim of the undertaken analysis is to reconstruct stereotypes identified by Adam Lepa, who noticed them in the Polish media, concerning the institutional image of the Catholic Church. The research field therefore refers to the way in which the media expert perceives the role of the media in presenting the identity of the ecclesial institution in Poland and shaping stereotypes about it. The text is of a review nature and refers to Lepa's scientific achievements. The undertaken research uses the method of analysis and criticism of literature.

Keywords: Adam Lepa, Catholic Church, stereotyping, identity, image

Bibliografia

- Archiwum Archidiecezjalne w Łodzi, Zesp. Spuścizna naukowa bpa A. Lepy, Sygn. SPNBAL 4/57, Formacja medialna w seminarium duchownym, b.d.
- Archiwum Archidiecezjalne w Łodzi, Zesp. Spuścizna naukowa bpa A. Lepy, Sygn. SPNBAL 4/27, Terror medialny, czyli upiory totalitaryzmu, b.d.
- Archiwum Archidiecezjalne w Łodzi, Zesp. Spuścizna naukowa bpa A. Lepy, Sygn. SPNBAL 4/38, Antypolskie stereotypy w nowych odsłonach, b.d.
- Bartmiński J., Chlebda W., *Problem konceptu bazowego i jego profilowania – na przykładzie polskiego stereotypu Europy*, „Etnolingwistyka. Problemy Języka i Kultury” 2013, nr 25, s. 69–95.
- Bartmiński J., Lappo I., Majer-Baranowska U., *Stereotyp Rosjanina i jego profilowanie we współczesnej polszczyźnie*, „Etnolingwistyka. Problemy Języka i Kultury” 2002, nr 14, s. 105–151.
- Bokszański Z., *Tożsamość kolektywna a stereotyp*, „Acta Universitatis Lodzensis. Folia Sociologica” 1999, nr 28, s. 25–33.

- Glombik K., *Between the Pillory Treatment and Reliable Clarification: On the Role of the Media in Response to the Sexual Abuse Crisis in the Catholic Church in Poland*, „Journal of Moral Theology” 2023, 3(CTEWC Book Series 3), s. 213–229.
- Guzik P., *An Unfinished Story of Conversion: Clerical Sexual Abuse in Poland: A Communications Case Study on Betrayal, Healing and Trust Recovery*, „Church, Communication and Culture” 2020, nr 5(3), s. 417–455.
- Kościelniak C., *John Paul II and the Three Phases of his Leadership in Poland*, „Church, Communication and Culture” 2023, nr 8(2), s. 154–166.
- Kowalski M., *Ewangelizacja mediów i przez media u progu Trzeciego Tysiąclecia Chrześcijaństwa według biskupa Adama Lepy*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 2003, nr 12(1), s. 275–312.
- Krzemiński I., *Radio Maryja and Fr. Rydzyk as a Creator of the National-Catholic Ideology*, w: *Religion, Politics, and Values in Poland*, red. S. Ramet, I. Borowik, New York 2016, s. 85–112.
- Kunicki M., *Lustration and the Roman Catholic Church in Poland*, w: *Churches, Memory and Justice in Post-Communism. Memory Politics and Transitional Justice*, eds. L. Turcescu, L. Stan, Cham 2021, s. 21–44.
- Lepa A., *Arystokraci ducha*, red. Jerzy Klechta, Łódź 2018.
- Lepa A., *Etyczne i wychowawcze aspekty opinii publicznej*, „Annales. Etyka w Życiu Gospodarczym” 2009, nr 12(2), s. 109–119.
- Lepa A., *Ewangelizacja i nowa propaganda*, w: *Mówić o Bogu*, red. Z. Kijas, Kraków 1997, s. 189–205.
- Lepa A., *Funkcja logosfery w wychowaniu do mediów*, Łódź 2003.
- Lepa A., *Galenosfera. Środowisko ciszy*, Łódź 2017.
- Lepa A., *Logosfera a ład medialny*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 2007, nr 16(1), s. 139–149.
- Lepa A., *Media – czwarta władza, czy służba człowiekowi?*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 2000, nr 9(1), s. 171–180.
- Lepa A., *Mediosfera człowieka*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 2010, nr 19(1), s. 159–169.
- Lepa A., *Mity i obrazy*, Łódź 1999.
- Lepa A., *Parafia wielkowiejska jako środowisko wychowawcze*, w: *Dzisiaj i jutro parafii*, red. A. Lepa, Łódź 1991, s. 7–46.
- Lepa A., *Pedagogia galenosfery człowieka*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 2011, nr 20(1), s. 155–167.
- Lepa A., *Pedagogika mass mediów*, Łódź 2003.
- Lepa A., *Kariera stereotypów i sukces propagandy*, „Niedziela” 1994, nr 11, s. 1, 6.
- Łączyński M., *Analiza wizerunku*, w: *Metody badania wizerunku w mediach. Czym jest wizerunek. Jak i po co należy go badać*, red. T. Gackowski, M. Łączyński, Warszawa 2009, s. 79–104.

- Mariański J., *Kościół katolicki w przestrzeni życia publicznego*, w: *Religia i Kościół w społeczeństwie demokratycznym i obywatelskim w Polsce. Między losem a wyborem*, red. J. Baniak, Poznań 2012, s. 75–101.
- Mariański J., *Scenariusze przemian religijności i Kościoła katolickiego w społeczeństwie polskim. Studium diagnostyczno-prognostyczne*, Lublin 2021.
- Mateja M., „Świat przedstawiony” zamiast obrazu rzeczywistości? Kreatywny potencjał mediów brukowych, „Oblicza Komunikacji” 2011, nr 4, s. 57–71.
- Mielczarek T., *Prasa opinii (czasopisma opinii, tygodniki opinii)*, w: *Leksykon terminów medialnych M–Z*, red. K. Wolny-Zmorzyński, K. Doktorowicz, P. Płaneta, R. Filas, Toruń 2024, s. 223–224.
- Modrzejewski A., *Kościół a polityka. Rozważania wokół aktywności politycznej duchowieństwa rzymskokatolickiego podczas wyborów prezydenckich 2010 roku*, „Środkowo-europejskie Studia Polityczne” 2010, nr 4, s. 45–60.
- Nosowski Z., *Jest źle. O kryzysach naszego Kościoła*, „Więź” 2020, nr 63(681), s. 81–94.
- Nowak E., Riedel R., *The Political Subculture of Radio Maryja – Catholic Media as Political System Object in Poland*, „Studia Medioznawcze” 2009, nr 37, s. 11–30.
- Palczyński T., *Socjologia tożsamości*, Kraków 2008.
- Pater J., *Biskup Adam Lępa – duszpasterz i nauczyciel*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 2008, nr 17(1), s. 17–25.
- Pater J., *Biskup Adam Lępa – wykaz publikacji*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 2008, nr 17(1), s. 73–101.
- Ramet S. P., *The Catholic Church in Post-communist Poland: Polarization, Privatization, and Decline in Influence*, w: *Religion and Politics in Post-Socialist Central and Southeastern Europe: Challenges since 1989*, red. S. P. Ramet, London 2014, s. 25–52.
- Szymańska A., Hess A., *Mniejszości narodowe, etniczne i religijne w przekazie mediów: metodologia międzynarodowych badań porównawczych*, Kraków 2014.
- Turska-Kawa, W. Wojtasik, *Diversity of Roman Catholics in Poland and their Socio-institutional Preferences*, „Religio” 2017, nr 25(1), s. 43–67.
- Zuba K., *The Political Strategies of the Catholic Church in Poland*, „Religion, State & Society” 2010, nr 38(2), s. 115–134.

Obecność i wizerunek Kościoła katolickiego w mediach w Polsce

Badania nad komunikowaniem religijnym są prowadzone przez wielu badaczy i naukowców nie tylko z nauk o mediach, ale także m.in.: teologów, językoznawców, socjologów, politologów, historyków i antropologów¹. Sama instytucja Kościoła jest również skomplikowanym podmiotem do zdefiniowania obecności i wizerunku w mediach – zarówno bowiem dotyczy rzeczywistości Kościoła powszechnego, jak i parafialnego, a ponadto jest rzeczywistością teandryczną². Dodatkowo jest to rzeczywistość zarówno samej instytucji religijnej³, jak także treści wiary czy wreszcie sposób postrzegania Kościoła przez media masowe.

¹ Najbliższe ujęciu pokazującego teandryczną złożoność instytucji Kościoła jest podejście R. Pastwy. Zob. tenże, *Mediatyzacja instytucji Kościoła i strategia personalizacji w kontekście zjawiska prywatyzacji wizerunku księdza na Facebooku*, „Biuletyn Edukacji Medialnej” 2018, nr 2, s. 82–97, https://www.kul.pl/files/819/2_2018/pastwa_bem_2_2018.pdf [dostęp: 10.09.2024].

² Instytucjonalny wymiar Kościoła został opisany w wartościowy sposób przez: A. Dylus, *Instytucja Kościoła: wspólnota wartości czy grupa interesu?*, w: *Globalizacja. Refleksje etyczne*, A. Dylus, Wrocław–Warszawa–Kraków 2005, s. 157–172.

³ F. Hengsbach u.a., *Reformen fallen nicht vom Himmel*, Freiburg 1997; M. Kehl, *Die Kirche. Eine katholische Ekklesiologie*, Würzburg 1993; P. M. Zulehner, *Wie man mit Spannungen in der Kirche im Geist des Evangeliums umgehen sollte*, w: *Der Weg der Kirche ins dritte Jahrhundert*, hrsg. G. Koch, J. Pretschner, Würzburg 1996, s. 58–80; J. Ratzinger,

Obecność Kościoła w mediach współcześnie

Obecność Kościoła katolickiego w mediach w Polsce od ponad dekady jest przede wszystkim reaktywna. Cechuje ją nieustanne bronienie się przed atakami mediów świeckich, nastawionych przede wszystkim na przekaz emocjonalny, pełen skandali, sytuacji kryzysowych i sensacji⁴. Ta obecność w stosunku do lat uprzednich jest znikoma, głównie sprowadzana do pokazywania instytucji eklezjalnych przez pryzmat ludzkich nadużyć i w większości sytuacji w sposób fragmentaryczny, a także bardzo negatywny⁵. Natomiast działalność neutralna, społeczna, charytatywna, duszpasterska oraz rzeczywistość duchowa Kościoła są w większości publikacji pomijane, nieporuszane, a sfera religijna, sprowadzana do przestrzeni prywatności, jest coraz częściej ośmieszana, traktowana jako zabobon czy marginalizowana.

Kościół w dużej mierze sam przyczynił się do tego faktu wielością nadużyć w różnych przestrzeniach – od działań niemoralnych w sferze seksualnej dotyczących osób dorosłych (np. skandal dotyczący orgii na plebanii w diecezji sosnowieckiej), poprzez nadużycia finansowe, przestępstwa wobec dzieci⁶, morderstwo diakona przez proboszcza, aż do zaniedbań w warstwie organizacyjnej, obniżenia jakości zaangażowania w posługę charytatywną, w wielu miejscach spadek jakości nauczania religii w szkole, a także zaangażowanie się osób duchownych w sferę politykowania i zbratanie się z partią rządzącą w miejsce oczywistego uczestnictwa w polityce jako roztropnej

H. Maier, *Demokracja w Kościele. Możliwości i ograniczenia*, Kraków 2005; J. Rigal, *L'Eglise en quete d'avenir. Reflexions et propositions pour des temps nouveaux*, Paris 2003; W. Bühlmann, *Kościół powszechny*, Warszawa 1992.

⁴ M. Przybysz, J. Kloch, *Crisis Communication in the Context of Child and Youth Protection – Diagnosis, Problems, Challenges. The Case of the Catholic Church in Poland*, „The Person and the Challenges” 2022, nr 1 (12), s. 161–184.

⁵ P. Guzik, *An Unfinished Story of Conversion: Clerical Sexual Abuse in Poland. A Communications Case Study on Betrayal, Healing and Trust Recovery*, „Church, Communication and Culture” 2020, nr 5, s. 417–455; J. Kloch, M. Przybysz, *Medialny przekaz problematyki pedofilii w Kościele katolickim w Polsce*, „Symposium” 2014, nr 2(27), s. 93–112.

⁶ D. Tworzydło, S. Gawroński, M. Zajic, *Catholic Church in Poland in the Face of Paedophilia. Analysis of Image Actions*, „European Journal of Science and Theology” 1 (2020), nr 5, s. 157–172.

trosce o dobro wspólne. Wiąże się to często z popieraniem konkretnych kandydatów i organizowaniem w parafiach kampanii wyborczych politykom, ale także milczeniem w przypadku konieczności zabrania głosu w obronie wartości chrześcijańskich, aby nie narazić się innej opcji politycznej, kluczeniem w sferze moralnej i koniecznością prostowania wypowiedzi hierarchy przez rzecznika prasowego przywołującego nauczanie Kościoła⁷.

Na profesjonalną obecność w mediach, polegającą na wychodzeniu z inicjatywą komunikacyjną, nawet w kryzysie⁸, samodzielnie narzucając narrację mediom w taki sposób, w jaki zależy Kościołowi, jest już nie tylko zbyt późno. Dziennikarze przez wiele lat przyzwyczaili się do braku reakcji na słowa polityków uderzających w Kościół i traktowania religii katolickiej jako łatwego celu wszelkiego rodzaju ataków, ale także media przestały się już interesować rzeczywistością Kościoła jako instytucji skompromitowanej. Wiele uprzedzeń osób pracujących w instytucjach kościelnych wobec mediów, kiedy te nie wykorzystały szansy na zabranie głosu w sprawie i oddały miejsce na komentarz politykom, nie pozwala profesjonalizować obecności Kościoła w mediach, dlatego dziennikarze coraz rzadziej podejmują tematykę rzeczywistości Kościoła, bardziej skupiając się na tradycjach związanych ze świętami i niekoniecznie tłumacząc wówczas chrześcijańską tradycję, a bardziej nawiązując do wolności wyboru obrzędowości. Wiele w tym procesie zawiniły same media, stosując różne metody manipulacji medialnej, jednak duża część winy polega także na nieprzygotowaniu kadr kościelnych do rozumienia specyfiki mediów, niewyznaczenie osób do komunikacji z mediami (wciąż problem ten istnieje mimo ćwierćwiecza XXI wieku np. w zakonach żeńskich, ale wbrew pozorom są również takie diecezje, fundacje i stowarzyszenia katolickie, a także większość parafii itp.), jak również sposobu komunikacji w sytuacjach kryzysowych⁹. Chodzi bowiem o wiarygodność

⁷ Kardynał Nycz o związkach partnerskich. *Natychmiastowa reakcja kurii*, <https://www.polsatnews.pl/wiadomosc/2024-10-24/kardynal-nych-o-zwiazkach-partnerskich-natychmiastowa-reakcja-kurii/> [dostęp: 3.11.2024].

⁸ M. Friedman, *Everyday Crisis Management: How to Think Like an Emergency Physician*, Naperville 2002, s. 5.

⁹ M. Collins, S. Hollins, *Leczenie ran w sercu Kościoła i społeczeństwa*, w: *Ku uzdrowieniu i odnowie. Materiały z sympozjum dla biskupów i przełożonych zakonnych o seksualnym wykorzystaniu osób niepełnoletnich*, Kraków 2012, s. 47–62.

i zaufanie¹⁰, które budowane są długo, a zniszczyć je można nawet złym oświadczeniem lub jego brakiem. Potrzebne są niezwykle ważne i rzadkie cechy komunikacji w Kościele: prawda, otwartość i traktowanie mediów po partnersku jako tych, którzy mogą pomóc w sytuacjach trudnych, jeśli zostaną profesjonalnie potraktowane¹¹. Oznacza to m.in. szybkość w komunikacji, a z nią bywa najgorzej¹².

Algorytmizacja i polaryzacja oraz bańki filtrujące

Znacząca większość treści publikowanych w sieciach społecznościowych nie ma proveniencji religijnych. Współczesna algorytmizacja opiera się przede wszystkim na emocjach jako środku tworzącym największe zaangażowanie użytkowników. Algorytmy są bowiem tak skonstruowane, by „personalizować ofertę, dostosowując ją do zebranych w ten sposób informacji o potrzebach i zainteresowaniach użytkownika, korzystającego ze stworzonych mu przez oprogramowanie możliwości wpływania na to, jakie treści otrzyma”¹³. Fundacja Word Wilde Web w 2017 roku, w oparciu na założeniach identyfikacji problemów i wyzwań związanych z tworzeniem tzw. inteligentnych stron internetowych, stworzyła wartościowy raport dotyczący algorytmów z podziałem na to, jakie pełnią funkcje z przykładami ich wykorzystywania: priorytetyzację polegającą na wyborze konkretnych informacji na podstawie określonych kryteriów z pominięciem wszystkich innych (tak działają wyszukiwarki i osie czasu w serwisach społecznościowych); klasyfikację polegającą

¹⁰ M. Przybysz, *Kościół w kryzysie? Crisis management w Kościele w Polsce*, Tarnów 2008, s. 83–88.

¹¹ R. Cohn, *The PR Crisis Bible: How to Take Charge of the Media When All Hell Break Loose*, New York 2000, s. 10.

¹² A. Gesenhues, *Study: 72% of Consumers Expect Brands to Respond within an Hour to Complaints Posted On Twitter*, <https://martech.org/study-72-of-consumers-expect-brands-to-respond-within-an-hour-to-complaints-posted-on-twitter/> [dostęp: 2.02.2024].

¹³ K. Jakubowicz, *Nowa ekologia mediów. Konwergencja a metamorfoza*, Warszawa 2011, s. 90.

na grupowaniu informacji na podstawie określonych danych źródłowych (używana do tworzenia systemów reputacyjnych i rankingowych, m.in. Uber, Airbnb czy w ocenach kredytowych); kojarzenie, które wykorzystuje semantykę i konotację do ustalania relacji pomiędzy poszczególnymi podmiotami (używane do analizy w systemach policyjnych oraz w przewidywaniu rozwoju trendów); filtrowanie, czyli dodawanie bądź usuwanie informacji w zależności od zadanych kryteriów (działające jako filtr ochrony rodzicielskiej, filtr spamu czy system rekomendacji na platformach takich jak Netflix czy Spotify). Dziś „w zbiorach danych odbijają się współczesne społeczeństwa, z ich nierównościami, stereotypami i uprzedzeniami. Algorytmy, które te zbiory poddają obróbce przez sortowanie, klasyfikowanie i hierarchizowanie, są zatem elementem struktury, w której podejmowane decyzje mają znaczenie społeczne, kulturowe, prawne i etyczne”¹⁴. Według Jacka Skorusa większość osób korzystających z platform społecznościowych nie jest świadoma, że nie wchodzi w interakcję z żywymi istotami, ale algorytmami. Algorytmy oddziałują na sposób myślenia o użytkownikach – to masowa dezinformacja (*fake news, trolling*) oraz profilowanie komercyjne i polityczne. Badacze od kilku lat przyglądają się zmianom, jakie te mechanizmy powodują w komunikacji, ekonomii, w mediach i formach zarządzania na różnych poziomach¹⁵. Przede wszystkim prowadzą do polaryzacji opinii publicznej, a także utrwalania nierówności i uprzedzeń w społeczeństwie. Wpływ takiego działania jest szeroki i ma również związek z polaryzacją społeczeństwa.

Sieci społecznościowe oparte są ponadto na mechanizmie hazardu¹⁶, utrzymującym odbiorcę w nieustannych emocjach i wzbudzającym kontrowersje, rozbawienie, a także najbardziej angażującej emocji w sieci – nienawiści. Algorytmy pogardy pozwalają na wydłużenie czasu ekspozycji użytkownika na treści reklamowe, na których zarabiają twórcy platform

¹⁴ K. Piwowar, *Co widzą algorytmy? Konsekwencje algorytmicznej (nie)widoczności i (nie)widzialności danych*, <https://www.researchgate.net/publication/337534905>, s. 37 [dostęp: 3.11.2024].

¹⁵ J. Skorus, *Komunikacja we władzy algorytmów. Szansa czy zagrożenie*, „Zeszyty Naukowe WSZOP w Katowicach” 2020, nr 1(16), s. 77.

¹⁶ *Naukowiec: media społecznościowe działają na mózg jak hazard*, <https://businessinsider.com.pl/technologie/naukowiec-media-spoecznościowe-działają-na-mozg-jak-hazard/2hfgy5v> [dostęp: 3.11.2024].

i to właśnie o oglądanie reklam chodzi w bezpłatnym modelu finansowym dostępu do platform. Reklamy mają być jak najbardziej spersonalizowane, aby użytkownik zatrzymywał się na nich, oglądał je nawet po kilka razy, klikał w nie – wszystko w celu ekspozycji treści i zapoznania się z nimi. Wówczas platforma społecznościowa wykaże płacącemu za jej publikację zainteresowanie przekazem i pobierze stosowną opłatę. Czas przebywania w *social media*, o który walczą platformy społecznościowe, ma się więc wydłużać, aby między treściami rozrywkowymi dostosowanymi do odbiorcy pojawiło się jak najwięcej przekazów reklamowych.

Również treści pomiędzy reklamami mają angażować, dlatego są spersonalizowane na podstawie wcześniejszych aktywności użytkownika, jednak regularnie dostarczają także treści „sprawdzające” nowe zainteresowania, przesuujące dotychczasowe na nieco inne pola, najczęściej promując przy tym bardziej lewicowe poglądy, a także negatywne, oparte na mechanizmie nienawiści. Właściciele platform społecznościowych nie są nawet zainteresowani promowaniem płatnych treści chrześcijańskich, czego doświadczają organizacje broniące życia¹⁷. Ich działania sieci społecznościowych przekraczają granice cenzury, stosują oni represje wobec Live Action w USA na Facebooku, LifeSiteNews na YouTube, a także innych organizacji o proweniencji katolickiej lub prawicowej. Sam prezes Facebooka, Mark Zuckerberg, przyznał w 2019 roku: „Cenzurowaliśmy reklamy pro-life podczas referendum aborcyjnego w Irlandii”¹⁸.

W czasie wyborów przed tym referendum kilka amerykańskich organizacji pro-life próbowało reklamować się w Irlandii, aby wpłynąć na opinię publiczną. Brakowało wówczas regulacji prawnych określających, czy tego typu materiały są dopuszczalne w wyborach, jednak administratorzy serwisu Facebook podjęli decyzję o niedopuszczeniu materiałów do publikacji, mimo że sam rząd w Irlandii nie uważał reklam pro-life pochodzących z USA za niedopuszczalną ingerencję w wybory. Kary cenzury, które media

¹⁷ M. Przybysz, *Wolność religijna w social media. Ograniczenia i wyzwania dla twórców religijnych*, „Libertas Religiosa” 2022, nr 1, s. 112–125.

¹⁸ Prezes Facebooka: Cenzurowaliśmy reklamy pro-life podczas referendum aborcyjnego w Irlandii, <https://www.tvp.info/43483409/prezes-facebook-a-cenzurowalismy-reklamy-pro-life-podczas-referendum-aborcyjnego-w-irlandii> [dostęp: 3.11.2024].

społecznościowe stosują, to: blokowanie poszczególnych treści, ograniczanie zasięgu treści religijnych, niedopuszczanie do publikacji reklam, usuwanie profili, a także wyłączenie monetyzacji treści.

Niemalże wszystko, co głosi Kościół katolicki, może zostać paradoksalnie uznane za treść nawołującą do nienawiści, zakazaną, a także o charakterze supremistycznym – od definicji małżeństwa jako związku kobiety i mężczyzny, aż po obronę życia poczętego. W takiej sytuacji znalazł się ojciec Filip Buczyński OFM, który prowadzi Hospicjum dla Dzieci im. Małego Księcia. Chciał wypromować ideę hospicjów perinatalnych i poprosił zaprzyjaźnioną agencję PR żeby pomogła mu nagłośnić jego inicjatywę. Facebook odrzucił możliwość wykupienia reklamy w tej sprawie, powołując się na „kwestie społeczne”. W obronie stanęli jednak użytkownicy. W kilka dni post księdza opisujący opiekę perinatalną dotarł do ponad 350 tysięcy odbiorców. Facebook zgodził się też po pewnym czasie na wykupienie w tej sprawie reklamy. „Firma, która umożliwia zakup usług promujących nas na FB, właśnie skontaktowała się z nami, informując, że osoby decyzyjne wyraziły zgodę, by nasz post był jednak promowany. Okazuje się, że to dzięki Wam, drodzy Państwo, Facebook uznał, że ich blokada, którą wprowadzili, nie jest skuteczna i zdecydowanie obniża firmę wizerunkowo”¹⁹ – napisał ojciec Buczyński. Dodatkowo, poglądy użytkowników mediów społecznościowych się radykalizują, dość często w stronę lewicującą, zamykając ich w tzw. bańkach informacyjnych czy filtrujących. Stąd obecność Kościoła w *social media* nie tworzy dużych zasięgów, docierając raczej do wąskiego grona przekonanych, zainteresowanych tematyką kościelną, aniżeli osób, które mogłyby dopiero być zainteresowane problematyką religijną. Treści te docierają raczej do osób starszych, nie nastolatków i młodych dorosłych. Algorytmy nie sprzyjają propagowaniu treści religijnych i obecności Kościoła²⁰. Sztuczna inteligencja zaprogramowana do blokowania tego typu treści może w wysokim stopniu wesprzeć ten proces.

¹⁹ Facebook zakazał reklamy hospicjum dla dzieci. Zmienił zdanie, <https://wgospodarce.pl/informacje/91598-facebook-zakazal-reklamy-hospicjum-dla-dzieci-zmienil-zdanie> [dostęp: 3.11.2024].

²⁰ E. Pariser, *TED Ideas Word Spreading*, https://www.ted.com/talks/eli_pariser_beware_online_filter_bubbles#t-515715 [dostęp: 3.11.2024].

Media katolickie

Tworzenie mediów katolickich, z perspektywy myślenia o komunikacji wewnętrznej Kościoła, jest oczywistą i ważną drogą komunikacji z wiernymi, jednak problematyczne są ich finansowanie oraz zasięgi. Media potrzebują również zaplecza technicznego, profesjonalnych twórców, dostępu do wiarygodnych źródeł informacji, a także czytelników. Finansowanie mediów opiera się dziś wciąż – mimo możliwości organizowania zbiórek (Patronite, Siepomaga, Zrzutka itp.) – przede wszystkim na modelu reklamowym. Obecnie jednak większość mediów tradycyjnych przechodzi do świata cyfrowego ze względu nie tylko na koszty zaplecza technicznego (ceny papieru, spadek czytelnictwa, tworzenie realnych studiów do przygotowania materiałów wideo i ich koszty) czy możliwość monetyzowania obecności w *social media*, na stronach www itp., ale także przez spadek zainteresowania tematyką religijną i kościelną oraz rozdrobnienie tych mediów i wielość kanałów nadawczych, a ponadto rzadkie przypadki współpracy między tymi podmiotami w celu obniżenia kosztów (sieci radiostacji katolickich).

Z mediami katolickimi istnieje również problem utrzymania ich na tak dobrym poziomie, aby chcieli w nich pracować ludzie z misją, pasją oraz profesjonalnie przygotowani, a czytelnicy chcieli je konsumować i wspierać od strony finansowej. Ponadto treści publikowane w mediach katolickich powinny także zmieniać się wraz ze zmianami społecznymi, z językiem komunikacji, ze stylem porozumiewania się, z trendami i tematami poruszającymi oraz angażującymi odbiorców, a więc przydatnymi dla nich, a niekoniecznie dla instytucji kościelnych. Największym wyzwaniem jest jednak promocja tych treści w sieci – w przestrzeni, w której odbiorców tych treści można spotkać najczęściej. Zważywszy na to, że większość mechanizmów rządzących obecnością w mediach społecznościowych ma charakter lewicowy i nie sprzyja popularyzacji treści religijnych, dotyczących wartości chrześcijańskich, a także spraw duchowych, to trud przebijania się przez algorytmy wymaga wysoko wyspecjalizowanej i nieustannie aktualizowanej wiedzy. Często jednak instytucji kościelnych na wysokiej klasy specjalistów po prostu nie stać.

Wizerunek Kościoła

Wizerunek jest pochodną działań w sferze *public relations*. To dobra, profesjonalna, nastawiona na współpracę komunikacja prowadzi do tworzenia pozytywnego wizerunku, który nie może być celem samym w sobie, inaczej bowiem często prowadzi do wypaczenia komunikacji, przekształcania jej w propagandę²¹, manipulację²², *fake newsy* i inne patologiczne zjawiska komunikacyjne. Wizerunek Kościoła ukazwany w programach informacyjnych, interwencyjnych i rozrywkowych podlega prawidłom i regułom medialnym²³.

Obecny wizerunek Kościoła w Polsce – instytucji, której obraz zmienił się w ciągu dekady najbardziej dynamicznie – jest składową wielu czynników, nade wszystko jednak zawinił ogrom spraw związanych ze źle rozwiązywanymi sytuacjami kryzysowymi w skali kraju. Również wizerunek kapłana wpływa na postrzeganie Kościoła przez użytkowników mediów²⁴. Trzy ważne raporty przygotowane przez pracowników CBOS dotyczące religijności i wiary pozwalają zrozumieć nieco szerzej przyczyny zmian religijności Polaków i postrzegania Kościoła: „Zmiany religijności Polaków po pandemii” (czerwiec 2022), „Polski pejzaż religijny – z dalekiego planu” (lipiec 2022) oraz „Dlaczego Polacy odchodzą z Kościoła?” (sierpień 2022). Ten ostatni pokazuje duże rozproszenie tych przyczyn²⁵, w tym krytyczne nastawienie do Kościoła i księży oraz własny światopogląd, w którym nie ma miejsca na wiarę religijną i potrzebę praktykowania.

Coraz więcej młodszych osób porzuca praktykowanie²⁶. W badaniu młodzi udzielali odpowiedzi cząstkowych, wskazując takie czynniki

²¹ Zob. A. Lepa, *Świat propagandy*, Częstochowa 1994.

²² Zob. tenże, *Świat manipulacji*, Częstochowa 1997.

²³ M. Przybyśz, *Kościół w social media. Komunikacja instytucji eklesjalnych w mediach społecznościowych w perspektywie medioznawczej i teologicznej*, „Kultura – Media – Teologia” 2018, nr 35, s. 140–166.

²⁴ M. Przybyśz, *Kapłan w „Sieci” uwikłany. Dylematy obecności księdza w mediach*, w: *Media w transformacji*, red. A. Gralczyk, K. Marcyński, M. Przybyśz, Warszawa 2013, s. 105–121.

²⁵ *Dlaczego Polacy odchodzą z Kościoła? Komunikat z badań nr 105/2022*, https://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2022/K_105_22.PDF [dostęp: 3.11.2024].

²⁶ *Nie pedofilia, ale światopogląd. Dlaczego Polacy odchodzą z Kościoła?*, <https://pl.aletia.org/2022/08/23/dlaczego-polacy-odchodza-z-kosciola/> [dostęp: 3.11.2024].

sprzyjające odchodzeniu z Kościoła jak m.in.: słabnący proces transmisji religijności i wychowania religijnego w rodzinie czy brak spodziewanych rezultatów szkolnej edukacji religijnej oraz zsekularyzowanie wielkomiejskich, wysoko wykształconych środowisk społecznych. Wśród przyczyn wskazanych przez młodzież było także blokowanie praktyk religijnych przez pandemię COVID-19. Najmłodszy odchodzą z Kościoła już jako nastolatki w wieku 14 czy 16 lat. Tłumaczą oni swoje niepraktykowanie, wskazując przede wszystkim na Kościół, księży i wszystkie ich grzechy, ogólnikowo albo konkretnie wytykając: upolitycznienie, skandale pedofilskie, materializm, hipokryzję. Kościół jako instytucja „odpycha” zwłaszcza młodych swoimi konkretnymi działaniami, zachowaniami osób duchownych zarówno w przestrzeni publicznej, jak i w relacjach międzyludzkich (ksiądz wyrzucił z lekcji religii, nie dopuścił do bierzmowania, potraktował niesprawiedliwie itd.). Te osobiste negatywne doświadczenia, obserwacje środowiskowe, ale także przekazy medialne już uformowały – w niektórych środowiskach społecznych – uogólnione postawy dystansu i niechęci do Kościoła, a uogólnione postawy trudno zmienić. Uczniowie najczęściej wypowiadali się krytycznie o Kościele (40%) – ta kategoria odpowiedzi zakreślona jest jednak w ich wypadku szerzej niż dla odpowiedzi dorosłych. Gdyby do negatywnego postrzegania przez dorosłych Kościoła jako instytucji (17%) dołączyć krytykę księży, to taka kategoria objęłaby 54% wypowiedzi i także znalazłaby się na pierwszym miejscu. Na drugim miejscu uczniowie wskazali brak wiary (33%), w tym deklarację ateizmu (18% wskazań). Deklaracji tych jest znacząco więcej niż wśród dorosłych (3%). Gdyby do deklaracji braku wiary (11%) dołączyć zmianę światopoglądu, określanie się mianem ateisty lub agnostyka, to taka kategoria objęłaby 22% wypowiedzi (także wśród dorosłych znalazłaby się wówczas na drugim miejscu). Podobieństw w konkretnych zarzutach jest więcej: na pedofilię (w przypadku uczniów także inne patologie) wskazuje 6% uczniów i 3% dorosłych, brak czasu – 5% uczniów i 6% dorosłych; na rolę rodziny (w przypadku uczniów – także środowiska) wskazuje 5% uczniów i 3% dorosłych, na materializm Kościoła – 2% uczniów i 4% dorosłych.

Występują też jednak zrozumiałe różnice. Na upolitycznienie Kościoła wskazuje 4% uczniów i 9% dorosłych (ponieważ młodzi ludzie interesują się polityką w mniejszym stopniu); na problemy zdrowotne i wiek

nie powołuje się żaden uczeń, ale 7% dorosłych; ograniczenia związane z pandemią wymieniło 1% uczniów i 4% dorosłych – młodzi ludzie bowiem obawiali się zakażenia koronawirusem znacznie mniej niż starsi. Dla młodych ponadto bycie niewierzącym jest bardziej akceptowalne społecznie niż przyznawanie się do wiary i praktyk religijnych. Tematy związane z moralnością i współczesnymi problemami z zakresu bioetyki w kontekście nauczania Kościoła coraz częściej pokazywane są w tzw. mainstreamie jako niemożliwe do przyjęcia. W krzywym zwierciadle medialnym prezentowane jest regularnie nauczanie Kościoła w zakresie eutanazji, aborcji, in vitro, czystości przedmałżeńskiej, a także społeczności LGBT oraz akceptacji tych osób we wspólnocie Kościoła. Modne dziś wśród młodzieży identyfikowanie się z osobami innej płci, poszukiwanie i eksperymentowanie w zakresie seksualności, a także chęć zamknięcia religii i Kościoła w sferze prywatnej to kolejne symptomy gwałtownych zmian społecznych, które obserwujemy w miesiącach, a nie latach. Coraz częstsze powiązanie religii jedynie z sytuacjami skrajnymi, trudnymi, zwracaniem się w modlitwie tylko w sytuacjach krytycznych zaczynają dominować wśród młodego pokolenia i powodować coraz częstsze odwracanie się od praktyk. Zakazy, które nakłada Kościół, w mniemaniu młodzieży są niepotrzebne, niezrozumiałe i szkodliwe dla rozwoju człowieka. Grupa osób całkowicie niewierzących, którzy nie praktykują, nie modlą się i nie wierzą w Boga szybko rośnie i staje się przekonująca dla swoich rówieśników, oferując często atrakcyjniejszy sposób na spędzenie wolnej niedzieli niż msza święta.

Promowanie kultury przyjemności, indywidualizmu podkreślającego „wartość” własnego wyboru, wyśmiewanie wiary i religijności wśród osób znanych i wpływowych, niezrozumienie nauki Kościoła i braki w podstawowym wykształceniu religijnym oraz brak świadectwa osób wierzących często kryjących się ze swoją religijnością, a ponadto egocentryzm i roszczeniowość młodych prowadzą do sytuacji coraz mocniejszego publicznego upokarzania Kościoła i spychania go do sfery „wynaturzeń” i „instytucji nieludzkich zakazów”. Religia jest traktowana w przestrzeni mediów jako nienowoczesna, negatywna, przestarzała, nieelastyczna, zamknięta, należąca do przeszłości, a Kościół upraszcza się do bycia instytucją potrzebną jedynie do działalności charytatywnej. Dla niektórych jest to czasem nawet instytucja, którą należy po prostu zwalczać.

Ewangelizacja w sieci

Kościół już dawno wypracował strategię podejścia do mediów jako miejsca ewangelizacji, aby nie pozostawić tej przestrzeni jedynie na reaktywne działania usprawiedliwiające kryzysy i skandale. Ważne wskazówki odnośnie ewangelizacji za pośrednictwem mediów opracowali biskupi zebrani na V Konferencji Ogólnej Episkopatu Ameryki Łacińskiej i Karaibów – Aparecida w dniach 13–31 maja 2007 roku, którzy stwierdzili:

Mass media wtargnęły do każdej przestrzeni i do każdej rozmowy, przenikając nawet do intymności domowego zacisza. I tak, obok mądrości wielu tradycji do rywalizacji stają wiadomości aktualizowane w każdej minucie, rozproszenie, rozrywka, obrazy ludzi, którzy byli w stanie odnieść sukces, korzystając z osiągnięć techniki, oraz oczekiwania związane z prestiżem i poważaniem w społeczeństwie. W efekcie tego ludzie raz za razem próbują doświadczyć sensu mogącego spełnić wymagania ich powołania tam, gdzie nigdy go nie znajdują²⁷.

Odwołując się do numeru 45 *Evangelii nuntiandi* w dokumencie końcowym, biskupi Ameryki Łacińskiej podkreślili także:

„W naszych czasach, będących pod wpływem środków społecznego przekazu, pierwsze głoszenie, katecheza czy późniejsze pogłębianie wiary nie mogą obyć się bez tych środków”. Środki te, w służbie Ewangelii, dają możliwość rozszerzenia prawie bez ograniczeń obszaru słuchania Słowa Bożego, docierając z Dobrą Nowiną do milionów ludzi. Kościół czułby się winny przed Bogiem, gdyby nie używał tych potężnych środków, które ludzki intelekt coraz bardziej udoskonala. Za ich pośrednictwem Kościół „rozgłasza publicznie” (por. Mt 10,27; Łk 12,3) orędzie, którego jest depozytariuszem. W nich znajduje nowoczesną i skuteczną wersję „pulpitu”. Dzięki nim może mówić do tłumów²⁸.

²⁷ Aparecida, *V Ogólna Konferencja Episkopatów Ameryki Łacińskiej i Karaibów. Dokument końcowy. Jesteśmy uczniami i misjonarzami Jezusa Chrystusa, aby nasze narody miały w Nim życie*, Gubin 2014, nr 39, s. 34–35.

²⁸ Tamże, nr 485, s. 235.

Aby formować na polu środków społecznego przekazu uczniów i misjonarzy biskupi zobowiązali się do towarzyszenia osobom zajmującym się środkami społecznego przekazu, starając się:

- a) poznawać i doceniać tę nową kulturę komunikacji; b) promować profesjonalną formację w zakresie kultury komunikacji wśród osób zaangażowanych w duszpasterstwie i [pozostałych] wiernych; c) kształcić kompetentnych profesjonalistów od środków masowego przekazu, od danych wartościom ludzkim i chrześcijańskim, którzy przemieniają ewangelicznie społeczeństwo, zwracając szczególną uwagę na właścicieli mediów, producentów, dyrektorów, odpowiedzialnych za programy, dziennikarzy i spikerów; d) wspierać i optymalizować tworzenie przez Kościół własnych środków masowego przekazu, zarówno w telewizji, jak i w radiu, na stronach internetowych i w prasie; e) być obecnym w środkach masowego przekazu: w prasie, radiu i telewizji, w kinie, na stronach internetowych, forach i wielu innych, aby uobecnić w nich tajemnicę Chrystusa; f) wychowywać do rozsądnego używania środków masowego przekazu, poczynając od najmłodszych lat; g) wspierać na tym polu istniejące inicjatywy lub tworzyć nowe, w duchu komunii; h) działać na rzecz stworzenia regulacji prawnych, aby promować nową kulturę, która będzie chroniła dzieci, młodzież i osoby bardziej podatne, tak by środki masowego przekazu nie deprecjowały wartości, a wręcz przeciwnie, tworzyły właściwe kryteria rozeznawania; i) rozwijać politykę komunikacji, która będzie mogła wspierać zarówno duszpasterstwa komunikacji, jak i media o charakterze katolickim w poszukiwaniu ich miejsca w misji ewangelizacyjnej Kościoła²⁹.

W numerze 362 dokumentu biskupi Ameryki Łacińskiej wskazali wprost: „Kościół potrzebuje silnego wstrząśnięcia, żeby nie osiadł w wygodzie, stagnacji i obojętności, z dala od cierpienia ubogich [...]”³⁰, a kontekst tego wstrząśnięcia to nie tylko epoka zmian, ale zmiana epoki, wobec której Kościół musi się jakoś odnieść. Nowa ewangelizacja to zmiana struktur

²⁹ Tamże, nr 486.

³⁰ Tamże, nr 362, s. 179.

w Kościele, zmiana paradygmatu myślenia o Kościele. Biskupi wskazali tu także wnikanie w tajemnicę osób opuszczających Kościół.

Wobec dużej różnorodności odbiorców głoszenie Ewangelii przez podłączonych do Sieci internautów także musi być mocno zdywersyfikowane i wykorzystywać różne formy kontaktu. Trzeba jednocześnie pamiętać, jak podkreślają biskupi w dokumencie z Aparecidy, że

środki komunikacji normalnie nie zastępują osobowych relacji ani życia wspólnotowego. Strony internetowe mogą jednak umacniać i stymulować wymianę doświadczeń i informacji, tak aby zintensyfikować praktykę religijną przez towarzyszenie i wskazówki. I podobnie w rodzinie rodzice powinni wyczulać dzieci na świadome korzystanie z treści dostępnych w Internecie, aby dopełnić ich wychowanie i formację moralną. Skoro ewidentne jest wykluczenie cyfrowe, parafie, wspólnoty, katolickie ośrodki kulturalne i oświatowe mogłyby sprzyjać powstawaniu punktów i sal dostępu do Sieci, aby zmniejszyć wykluczenie, rozwijając nowe inicjatywy oraz wykorzystując te, które już istnieją, szukając w nich tego, co pozytywne³¹.

Czasy dokumentu z Aparecidy, to czasy przed erą dynamiki *social media*, mimo tego jednak wiele ze wskazówek, co może zrobić Kościół instytucjonalnie w komunikacji, aby zareagować proaktywnie, jest zawarte w tym dokumencie.

Podsumowanie

Wizerunek Kościoła w sieci jest powiązany od strony wewnętrznej z obecnością instytucjonalną, ale i osobową, w tym aktywnością osób duchownych i konsekrowanych w sieci, jak również świadectwem osób świeckich. Od strony zewnętrznej wizerunek ten współtworzą media, coraz mniej zainteresowane publikacjami dotyczącymi Kościoła, a jeśli już, to jedynie w negatywnym świetle. Z drugiej strony Kościół – pomimo wielu negatywnych

³¹ Tamże, nr 489–490, s. 237.

doświadczeń z dziennikarzami szukającymi sensacji, skandali i kryzysów – jest zobowiązany do obecności w mediach i aktywności w tej przestrzeni. Wymaga to nie tylko przygotowanych od strony profesjonalnej pracowników, ale jednocześnie osób rozumiejących Kościół instytucjonalny, a ponadto zaplecza sprzętowego i odpowiednich środków finansowych na utrzymanie mediów. Obecność Kościoła w mediach jest bowiem istotna zarówno w przestrzeni mediów świeckich do komunikacji zewnętrznej, jak i wewnętrznej w postaci prowadzenia mediów katolickich. Zasoby (ludzkie, sprzętowe, finansowe), szkolenia i nadążanie za zmianami są czynnikami, które mogą tę obecność zmieniać, w ten sposób kształtując wizerunek Kościoła, a także realizując swoją misję ewangelizacyjną.

Biogram

Monika Przybysz, dr hab. prof. UKSW – specjalista ds. *public relations, crisis management*, mediów społecznościowych, medioznawca, wykładowca w Instytucie Edukacji Medialnej i Dziennikarstwa UKSW w Warszawie, badacz młodzieży, trener i szkoleniowiec. Pracuje czynnie jako *social media manager*. Prowadzi warsztaty z młodzieżą, kadrami pedagogicznymi i rodzicami, dotyczące komunikacji społecznej, komunikacji kryzysowej i social mediów. Bada młodzież w kontekście dynamicznie rozwijających się zjawisk społecznych w komunikacji.

Streszczenie

Artykuł analizuje obecność i wizerunek Kościoła katolickiego w polskich mediach, zwracając uwagę na skomplikowany charakter komunikacji religijnej. Sam Kościół bowiem jest złożonym podmiotem trudnym do zdefiniowania w mediach.

Współczesna obecność Kościoła w mediach jest przede wszystkim reaktywna, polegająca na obronie przed atakami mediów świeckich. Działalność neutralna, społeczna, charytatywna i duchowa Kościoła jest często pomijana.

Algorytmy, które personalizują treści, mogą prowadzić do dezinformacji i utrwalania negatywnych opinii. Treści religijne są często cenzurowane lub ograniczane w mediach społecznościowych. W zakresie mediów katolickich potrzeba profesjonalizmu i dostosowania treści do zmieniających się społeczeństw. W artykule poruszono kwestię ewangelizacji w sieci, odwołując się do dokumentu z *Aparecidy*. Wizerunek Kościoła w sieci jest powiązany z jego obecnością instytucjonalną i osobistą, a także z działalnością mediów. Niezwykle istotny jest w kształtowaniu wizerunku Kościoła profesjonalizm, ale także

rozumienie samego Kościoła i odpowiednich zasobów, aby kształtować pozytywny wizerunek i realizować misję ewangelizacyjną.

Słowa kluczowe: manipulacja, social media, Kościół, wizerunek, kryzys

Summary

Research on religious communication is conducted by many researchers and scientists not only from the field of media studies, but also by theologians, linguists, sociologists, political scientists, historians, and anthropologists, among others. The institution of the Church itself is also a complex entity to define in terms of its presence and image in the media, as it concerns both the reality of the universal Church and that at the parish level, and is also a theandric reality. In addition, it is a reality of the religious institution itself, but also of the content of faith, and finally of the way the Church is perceived by the mass media.

Keywords: manipulation, social media, Church, image, crisis

Bibliografia

- Aparecida, *V Ogólna Konferencja Episkopatów Ameryki Łacińskiej i Karaibów. Dokument końcowy. Jesteśmy uczniami i misjonarzami Jezusa Chrystusa, aby nasze narody miały w Nim życie*, Gubin 2014.
- Bühlmann W., *Kościół powszechny*, Warszawa 1992.
- Cohn R., *The PR Crisis Bible: How to Take Charge of the Media When All Hell Break Loose*, New York 2000.
- Collins M., Hollins S., *Leczenie ran w sercu Kościoła i społeczeństwa*, w: *Ku uzdrowieniu i odnowie. Materiały z sympozjum dla biskupów i przełożonych zakonnych o seksualnym wykorzystaniu osób niepełnoletnich*, Kraków 2012.
- Dlaczego Polacy odchodzą z Kościoła? Komunikat z badań nr 105/2022*, https://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2022/K_105_22.PDF [dostęp: 3.11.2024].
- Dylus A., *Instytucja Kościoła: wspólnota wartości czy grupa interesu?*, w: *Globalizacja. Refleksje etyczne*, A. Dylus, Wrocław–Warszawa–Kraków 2005.
- Facebook zakazał reklamy hospicjum dla dzieci. Zmienił zdanie*, <https://wgospodarce.pl/informacje/91598-facebook-zakazal-reklamy-hospicjum-dla-dzieci-zmienil-zdanie> [dostęp: 3.11.2024].
- Friedman M., *Everyday Crisis Management: How to Think Like an Emergency Physician*, Naperville 2002.

- Gesenhues A., *Study: 72% of Consumers Expect Brands to Respond within an Hour to Complaints Posted on Twitter*, <https://martech.org/study-72-of-consumer-s-expect-brands-to-respond-within-an-hour-to-complaints-posted-on-twitter/> [dostęp: 2.02.2024].
- Guzik P., *An Unfinished Story of Conversion: Clerical Sexual Abuse in Poland. A Communications Case Study on Betrayal, Healing and Trust Recovery*, „Church, Communication and Culture” 2020, nr 5, s. 417–455.
- Hengsbach F. u.a., *Reformen fallen nicht vom Himmel*, Freiburg 1997.
- Jakubowicz K., *Nowa ekologia mediów. Konwergencja a metamorfoza*, Warszawa 2011.
- Kardynał Nycz o związkach partnerskich. *Natychmiastowa reakcja kurii*, <https://www.polsatnews.pl/wiadomosc/2024-10-24/kardynal-nycz-o-zwiazkach-partnerskich-natychmiastowa-reakcja-kurii/> [dostęp: 3.11.2024].
- Kehl M., *Die Kirche. Eine katholische Ekklesiologie*, Würzburg 1993.
- Kloch J., Przybysz M., *Medialny przekaz problematyki pedofilii w Kościele katolickim w Polsce*, „Symposium” 2014, nr 2(27), s. 93–112.
- Lepa A., *Świat manipulacji*, Częstochowa 1997.
- Lepa A., *Świat propagandy*, Częstochowa 1994.
- Naukowiec: media społecznościowe działają na mózg jak hazard*, <https://businessinsider.com.pl/technologie/naukowiec-media-spolecznosciowe-dzialaja-na-mozg-jak-hazard/2hfgy5v/>, [dostęp: 3.11.2024].
- Nie pedofilia, ale światopogląd. Dlaczego Polacy odchodzą z Kościoła?*, <https://pl.aleteia.org/2022/08/23/dlaczego-polacy-odchodza-z-kosciola/> [dostęp: 3.11.2024].
- Pariser E., *TED Ideas Word Spreading*, https://www.ted.com/talks/eli_pariser_beware_online_filter_bubbles#t-515715 [dostęp: 3.11.2024].
- Pastwa R., *Mediatyzacja instytucji Kościoła i strategia personalizacji w kontekście zjawiska prywatyzacji wizerunku księdza na Facebooku*, „Biuletyn Edukacji Medialnej” 2018, nr 2, s. 82–97, https://www.kul.pl/files/819/2_2018/pastwa_bem_2_2018.pdf [dostęp: 10.09.2024].
- Piwowar K., *Co widzą algorytmy? Konsekwencje algorytmicznej (nie)widoczności i (nie)widzialności danych*, <https://www.researchgate.net/publication/337534905>, s. 37 [dostęp: 3.11.2024].
- Prezes Facebooka: Cenzurowaliśmy reklamy pro-life podczas referendum aborcyjnego w Irlandii*, <https://www.tvp.info/43483409/prezes-facebook-a-cenzurowalismy-reklamy-pro-life-podczas-referendum-aborcyjnego-w-irlandii> [dostęp: 3.11.2024].
- Przybysz M., *Kapłan w „Sieci” uwikłany. Dylematy obecności księdza w mediach*, w: *Media w transformacji*, red. A. Gralczyk, K. Marcyński, M. Przybysz, Warszawa 2013, s. 105–121.
- Przybysz M., Kloch J., *Crisis Communication in the Context of Child and Youth Protection – Diagnosis, Problems, Challenges. The Case of the Catholic Church in Poland*, „The Person and the Challenges” 2022, nr 1(12), s. 161–184.

- Przybysz M., *Kościół w social media. Komunikacja instytucji eklezjalnych w mediach społecznościowych w perspektywie medioznawczej i teologicznej*, „Kultura – Media – Teologia” 2018, nr 35, s. 140–166.
- Przybysz M., *Kościół w kryzysie? Crisis management w Kościele w Polsce*, Tarnów 2008.
- Przybysz M., *Wolność religijna w social media. Ograniczenia i wyzwania dla twórców religijnych*, „Libertas Religiosa” 2022, nr 1, s. 112–125.
- Ratzinger J., Maier H., *Demokracja w Kościele. Możliwości i ograniczenia*, Kraków 2005.
- Rigal J., *L’Eglise en quete d’avenir. Reflexions et propositions pour des temps nouveaux*, Paris 2003.
- Skorus J., *Komunikacja we władzy algorytmów. Szansa czy zagrożenie*, „Zeszyty Naukowe WSZOP w Katowicach” 2020, nr 1(16), s. 77–93.
- Tworzydło D., Gawroński S., Zajic M., *Catholic Church in Poland in the Face of Paedophilia. Analysis of Image Actions*, „European Journal of Science and Theology” 1 (2020), nr 5, s. 157–172.
- Zulehner P.M., *Wie man mit Spannungen in der Kirche im Geist des Evangeliums umgehen sollte*, w: *Der Weg der Kirche ins dritte Jahrhundert*, hrsg. G. Koch, J. Pretschner, Würzburg 1996.

Obecność i wizerunek Kościoła katolickiego w mediach według biskupa Adama Lepy. Aktualność wyzwań pedagogicznych i etycznych

Celem prezentowanego artykułu jest analiza obecności i wizerunku Kościoła katolickiego w mediach. Można już na wstępie postawić pytanie: dlaczego w mediach, skoro misja ewangelizacyjna Kościoła skupia się na zupełnie innych celach? Warto zatem najpierw zdefiniować obszary tej misji w mediach, aby uchwycić właściwe znaczenie obecności Kościoła w mediach, ale również – korzystając ze słownika pojęciowego biskupa Adama Lepy – w mediosferze. W wymiarze pastoralnym, a taki właśnie jest zasadniczy wymiar uchwytnych przejawów obecności Kościoła, upatruje się media przede wszystkim jako narzędzie. Oznacza to, że nie są one ani głównym motywem działalności Kościoła, ani tym bardziej jego celem. Media są zatem narzędziem i formą ukazywania obecności Kościoła w świecie. Niemniej stają się one *locus theologicus* czytania kultury współczesnej. Nie zawsze jest to „miejsce” bezpośrednio mówiące o potrzebie teologicznej obecności Kościoła, ale – jak zauważa Małgorzata Laskowska – mogą

ujawniać „ukrytą religijność”, która poprzez stawianie pytań może prowadzić człowieka w stronę transcendencji¹.

W pierwszej części artykułu zostanie przedstawiony wizerunek Kościoła w mediach, szczególnie w aspekcie etycznym tej obecności. Przywoła się też niezbędne definicje, które pozwolą uchwycić różnice, jakie zachodzą pomiędzy obrazem a wizerunkiem. Obecność Kościoła w mediach zależy w znacznej mierze od niego samego, natomiast odbiór prezentowanego wizerunku jest już przynajmniej w części zależny od jego interpretacji, a w tym punkcie – jak zauważa Lepa – wiele zależy od szeroko obecnej propagandy i wykorzystywania różnych form manipulacji medialnej. W drugiej części artykułu podjęta zostanie próba opisu podstawowych wyzwań pedagogicznych i etycznych, zarówno w odniesieniu do odpowiedzialności za obecność i wizerunek samego Kościoła, jak również do adekwatnej odpowiedzi na wyzwania niesione przez propagandę i manipulację. Po raz kolejny w analizie dorobku Lepy wybrzmi znaczenie ciszy i wychowania do niej jako istotnego elementu przeciwdziałania różnym niebezpiecznym trendom na poziomie mediosfery.

Wizerunek/obraz Kościoła w mediosferze

Wydawać by się mogło, że refleksję na ten temat powinno się rozpocząć od rozważań nad Kościołem lub jego wizerunkiem. Tymczasem Adam Lepa w centrum mediosfery umieszcza człowieka. Oczywiście każdy z elementów składających się na jej strukturę (ikonosfera, logosfera, galenosfera i sonosfera) ryzykuje istotne płaszczyzny kształtowania i odbioru wizerunku Kościoła, które należy wziąć pod uwagę. Można jednak pytać: dlaczego Lepa w centrum mediosfery umieszcza człowieka? Dlaczego z taką siłą podkreśla, że mediosfera jest zawsze związana z konkretną osobą? Wydaje się, że zasadniczym argumentem jest to, że nie ma mediosfery bez człowieka, poza człowiekiem czy obok człowieka², a w omawianym dorobku ani na chwilę nie traci się

¹ M. Laskowska, *Media i teologia. Kierunki badań teologicznych w ujęciu Magisterium Kościoła*, „Teologia Praktyczna” 14 (2013), s. 140–147.

² A. Lepa, *Etyka mediosfery*, „Annales. Etyka w Życiu Gospodarczym” 13 (2010), nr 1, s. 42.

zasadniczej myśli refleksji soborowej czy nauczania Jana Pawła II. W nauczaniu II Soboru Watykańskiego nie wybrzmiewa jeszcze tak wyraźnie, że człowiek jest pierwszą drogą Kościoła. Niemniej w Konstytucji duszpasterskiej o Kościele w świecie współczesnym „*Gaudium et spes*” już na wstępie zauważono, że radości i nadzieje, smutek i trwoga człowieka współczesnego są radościami i nadziejami, smutkiem i trwogą uczniów Chrystusa (KDK 1). Nieco dalej zauważa się ścisły związek pomiędzy tajemnicą człowieka a Tajemnicą Słowa Wcielonego (KDK 22), by doprowadzić do stwierdzenia, że człowiek nie odnajdzie siebie inaczej jak w bezinteresownym darze z siebie (KDK 24)³. Myśl tę rozwija bardzo mocno Jan Paweł II, ukazując centralne miejsce człowieka w posłudze duszpasterskiej Kościoła: „...człowiek jest pierwszą drogą, po której winien kroczyć Kościół w wypełnianiu swojego posłannictwa, jest pierwszą i podstawową drogą Kościoła, drogą wyznaczoną przez samego Chrystusa, drogą, która nieodmiennie prowadzi przez Tajemnice Wcielenia i Odkupienia”⁴.

Wynika z tego, że człowiek jest w centrum mediosfery w takim sensie, że to „dla niego” jest Kościół, a idąc tokiem rozważań niniejszego artykułu, również „dla niego są media”. Zatem związek, jaki zachodzi pomiędzy mediami a Kościołem, powinien mieć na względzie człowieka. Oznacza to, że wszelkie zniekształcanie tego wizerunku i wszelkie formy manipulacji uderzają nie tyle w Kościół jako instytucję, ile w człowieka, któremu Kościół służy. Ów soborowy duch dający prymat człowiekowi jest obecny w twórczości naukowej i duszpasterskiej biskupa Lepy. Spróbujmy zrekonstruować zasadnicze obszary obrazu i wizerunku Kościoła w mediach⁵.

Zanim jednak zaproponuje się ową rekonstrukcję, należałoby doprecyzować: czym są obraz i wizerunek medialny oraz jakie zachodzą między nimi różnice? Obraz medialny to sposób przedstawiania rzeczywistości przez media. Jest konstrukcją opartą na selekcji, interpretacji i prezentacji informacji, nierzadko wykorzystującą uproszczenia, stereotypy czy emocjonalne

³ *Konstytucja duszpasterska o Kościele w świecie współczesnym „Gaudium et spes”*, w: *Sobór Watykański II. Konstytucje, dekryty, deklaracje*, Poznań 2002, s. 843–1006.

⁴ Jan Paweł II, *Redemptor hominis*, nr 14.

⁵ A. Lepa, *Ewangelizacja a świat iluzji*, „*Łódzkie Studia Teologiczne*” 10 (2001), s. 49–55.

akcenty, w której bardziej wybrzmiewa cel mediów tworzących obraz niż obiektywna rzeczywistość. Istotne jest to, że obraz jest bardziej dominującym sposobem orientacji ludzi w rzeczywistości niż samym doświadczeniem rzeczywistości⁶. Oczywiście należy wziąć pod uwagę fakt, że przywołana koncepcja (autorstwa Jana Szmyda) jest stanowiskiem etyka i filozofa, ale może właśnie dlatego bardziej odpowiada rozumieniu obrazu medialnego przez Adama Lepę. Wizerunek medialny to z kolei sposób postrzegania osoby czy instytucji przez odbiorców na podstawie przekazów medialnych. Jest to celowe kreowanie i zarządzanie informacją, mającą na celu wykreowanie określonego obrazu osoby czy instytucji⁷. W *Leksykonie terminów medialnych* wizerunek określa się jako „wyobrażenie, jakie ma osoba czy grupa osób o osobie czy instytucji”. Jest konstruktem opartym na doświadczeniu, a więc czymś bardzo subiektywnym, często zapożyczonym od osób trzecich. Zasadniczo wskazuje się na trzy komponenty wizerunku: emocje rodzące się w odniesieniu do konkretnego przedmiotu, motywy indywidualne oraz znajomość obiektu pozyskanych z informacji. Budowanie wizerunku jest więc procesem złożonym, na który składają się czynniki psychologiczne, socjologiczne, marketingowe oraz komunikacyjne⁸. Można zatem powiedzieć, że obraz ma wytworzyć w odbiorcy określoną percepcję rzeczywistości (w sposób ogólny wyrobić sobie umiejętność „orientacji”), wizerunek jest zaś już zaangażowaniem doświadczenia (bezpośredniego czy pośredniego) w odniesieniu do określonej rzeczywistości.

Jaki jest zatem obraz Kościoła w mediach? Jak się jawi, nie wchodząc jeszcze szczegółowo w doświadczenia poszczególnych odbiorców? Zgodnie z przytoczonymi definicjami, chodzi bardziej o to, jaką „orientację” otrzymuje człowiek w kontekście Kościoła⁹. Przed wszystkim Kościół – i tu znajdujemy kontynuację idei II Soboru Watykańskiego – jest wspólnotą misyjną

⁶ M. Czopek, D. Chomont-Parzyńska, D. Czerwińska i in., *Rola mediów w kreowaniu wizerunku*, „Zeszyty Naukowe Uczelni Jana Wyżykowskiego. Studia z Nauk Społecznych” 2016, nr 9, s. 86.

⁷ Tamże, s. 81n.

⁸ M. Kaczmarek-Śliwińska, *Wizerunek*, w: *Leksykon terminów medialnych M–Z*, red. K. Wolny-Zmorzyński, K. Doktorowicz, P. Płaneta, Toruń 2024, s. 495–496.

⁹ Ową „orientację” na temat obrazu Kościoła czerpię z: A. Lepa, *Ewangelizacja a świat iluzji*, dz. cyt.

i dynamiczną, busołą w drodze, wspólnotą świadków wiary¹⁰. Jest źródłem duchowej prawdy i opozycją wobec iluzji, która zakłamuje rzeczywistość. Działa bez rozgłosu, ale jest realnie obecny w społeczeństwie¹¹. Kościół jest również tym, który „otwiera oczy” (ulubiony zwrot biskupa Lepy) ludziom owładniętym iluzją, sprowadzając ich na ziemię (czyli w rzeczywistość). Jest również miejscem formacji duchowej i intelektualnej, której brak przejawia się przede wszystkim poprzez „luki” w wiedzy i brak gruntownego wykształcenia. Kościół jest także wspólnotą modlitwy i zjednoczenia z Bogiem oraz – co najważniejsze – prowadzony przez Ducha Świętego zmierza do pełni prawdy¹².

Ten obraz wynika z misji i zadań Kościoła w świecie nakreślonych w oficjalnych dokumentach Magisterium. Czy jednak pokrywa się z doświadczeniem odbiorców tego obrazu? Zdaniem Lepy na obraz Kościoła wpływają niewątpliwie sondaże. Można zapytać, skąd biorą się nieprawdziwe wyniki sondaży. Wśród przyczyn wskazuje on na absurdalność stawianych pytań. Przykładem jest pytanie o popularność Kościoła w społeczeństwie. Biskup Lepa zauważa, że postawienie takiego pytania można porównać do pytania o popularność matki i ojca w określonym kręgu osób¹³. Podobnie absurdalnie wygląda zestawienie tzw. instytucji zaufania publicznego, w którym stawia się obok siebie straż pożarną, policję i Kościół. Lepa kwituje to stwierdzeniem: „absurdalne pytania prowadzą do absurdalnych wniosków”¹⁴.

Do innych niebezpieczeństw w budowaniu obrazu Kościoła, który potem konsekwentnie przekłada się na jego odbiór, można zaliczyć w pierwszym rzędzie pozbawianie Kościoła szeroko pojętej roli kulturotwórczej. Lepa zwraca uwagę, że są media, które z zasady pomijają rolę Kościoła w kształtowaniu formacji patriotycznej, tożsamości czy godności narodowej. Jeśli nawet ukazuje się jego rolę, to wyłącznie w aspekcie historycznym, żeby

¹⁰ Tamże, s. 50.

¹¹ Tamże, s. 53.

¹² Tamże, s. 54–55.

¹³ Tenże, *Etyczne i wychowawcze aspekty opinii publicznej*, „Annales. Etyka w Życiu Gospodarczym” 2009, nr 12, nr 2, s. 116.

¹⁴ Tamże, s. 118.

nie powiedzieć zamierzczłym, jako nosiciela wartości „niepostępowych”. Innym elementem manipulacji obrazem Kościoła jest ukazywanie go wyłącznie w perspektywie organizacji społeczno-politycznej, pozbawiając go tym samym wymiaru nadprzyrodzonego i zbawczej misji jako istotnego wyznacznika życia Kościoła. Kolejnym nadużyciem w budowaniu obrazu Kościoła jest poprawność polityczna, według której jeśli już mówić o Kościele, to nigdy w wymiarze pozytywnym¹⁵. Jednym z narzędzi bardziej osłabiających obraz Kościoła jest ukazywanie go w kategoriach mitu. Najprościej można ująć mit jako pogląd, „który nieistniejącym wydarzeniom i zjawiskom nadaje pozory niewzruszonej prawdy”¹⁶. Lepa w tym punkcie odwołuje się do stanowiska Herberta Irvinga Schillera, który uważa, że mity wykorzystuje się do panowania nad ludźmi. W tym punkcie widać wyraźne nawiązanie do literatury kręgu języka francuskiego, w którym coraz bardziej do głosu dochodziły stanowiska opisujące wpływ „świata mitów” na odbiór i kształtowanie obrazu Kościoła¹⁷. W przywołanym dziele pod redakcją Jérôme’a Garcina warto odnotować przynajmniej dwa obszary takiego oddziaływania. Pierwszy dotyczy sfery konsumpcji, w której często wykorzystuje się opowiadanie o produkcie w kategoriach mitu i chociaż nie jest to odwołanie do klasycznych mitów, to jednak wpływ takiej narracji jest nie do przecenienia. Drugi obszar to budowanie marki osobistej z wykorzystaniem narracji mitologicznej. Już te przykłady pokazują, jak silne jest oddziaływanie mitu w podwójnym znaczeniu: pozytywnym – by ukazać odwieczność pewnego przesłania, ale też negatywnym – by zdyskredytować pewne prawdy, ukazując je jako coś, co nie ma odniesienia do rzeczywistości i nigdy się nie wydarzyło.

¹⁵ Tenże, *Media – czwarta władza, czy służba człowiekowi?*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 2000, nr 9, s. 172–174,

¹⁶ Tenże, *Mity i obrazy*, Łódź 1999, s. 8–9.

¹⁷ *Nouvelle Mythologies*, red. J. Garcin, Paris 2007. Por. A. Lepa, *Etyka mediosfery*, dz. cyt., s. 49.

Etyczne aspekty ukazywania obecności Kościoła w mediach

Etyczne wątki ukazywania obecności Kościoła w mediach Lepa podejmuje chociażby w artykule poświęconym etyce mediosfery. Pojawia się w nim m.in. kwestia mitu obrazu. Coraz częściej mówi się o człowieku jako *homo videns*, co podkreśla prymat widzenia nad innymi sposobami postrzegania świata, a to z kolei przekłada się na „magię obrazu”. W tym punkcie dotyka się bardzo istotnej kwestii związku obrazu z oryginałem. Jeśli ten związek zostaje zerwany, ekran przestaje być miejscem otwarcia odbiorcy na świat, a staje się „zamknięciem go przez ekran”¹⁸. Temat ten wciąż nie stracił na aktualności. Wystarczy przywołać stanowisko, jakie prezentuje Jean Baudrillard, ukazując rzeczywistość symulakrów – obrazów, które nie odzwierciedlają rzeczywistości, lecz ją zastępują. W kontekście symulakrów Baudrillard opisuje cztery fazy obrazu: dobiecie rzeczywistości, zniekształcenie rzeczywistości, ukrycie braku związku z rzeczywistością i symulakrum, czyli obraz niemający żadnego odniesienia do rzeczywistości¹⁹. Bardzo wymownie brzmi w tym kontekście fragment wiersza Tadeusza Różewicza: „na końcu korytarza / w tunelu bez światła / siedzi i patrzy godzinami / w zgaszony telewizor”²⁰. W tym kontekście sam Baudrillard dopowie: „Widok człowieka znieruchomiałego i wpatzonego w akcie protestu w pusty ekran telewizora będzie kiedyś jednym z najbardziej wymownych obrazów dwudziestowiecznej antropologii”²¹.

Innym przejawem manipulacji jest „pranie mózgu”. Chodzi o zniekształcanie obrazu rzeczywistości w świadomości odbiorcy. Lepa nazywa to wprost „wywołaniem strukturalnych zmian w funkcjonowaniu osobowości”. Przykładem jest wzbudzanie nienawiści do określonych grup społecznych czy własnego narodu, w naszym kontekście zaś można dodać: do Kościoła jako wspólnoty wartości. Głównym mechanizmem tego typu

¹⁸ A. Lepa, *Etyka mediosfery*, dz. cyt., s. 48.

¹⁹ J. Baudrillard, *Spisek sztuki. Iluzje i deziluzje estetyczne z dodatkiem wywiadów o „Spisku sztuki”*, Warszawa 2006.

²⁰ T. Różewicz, *zawsze fragment. recycling*, Wrocław 1998, s. 65.

²¹ J. Baudrillard, *Przejrzystość Zła. Esej o zjawiskach skrajnych*, Warszawa 2009, s. 17.

manipulacji jest kreowanie wroga²². Gdy zaś w tym procederze uczestniczą media, dokonują tym samym głębokiego naruszenia norm etycznych. Kolejnym przejawem jest informacja skażona. Celowe może okazać się w tym punkcie nawiązanie do wypowiedzi papieża Benedykta XVI zawartej w Orędziu na XL Światowy Dzień Środków Społecznego, w której papież w obliczu różnorodności informacji przypomina o potrzebie milczenia:

Tam, gdzie jest dużo komunikatów i informacji, milczenie staje się niezbędne, by rozróżnić to, co ważne, od tego, co zbędne lub marginalne. Głęboka refleksja pomaga nam odkryć, że istnieje związek między wydarzeniami, które na pierwszy rzut oka nie wydają się powiązane, a także ocenić, przeanalizować wiadomości, a dzięki temu można dzielić się opiniami przemyślanymi i wyważonymi i tworzyć autentyczną, wspólną wiedzę. Z tego względu konieczne jest tworzenie odpowiedniego środowiska, swoistego „ekosystemu”, w którym panowałaby równowaga między milczeniem, słowem, obrazami i dźwiękami²³.

To, jak ważny jest aspekt etyczny w mediach, wskazują dokumenty Kościoła katolickiego przywołane przez biskupa Lepę: *Etyka w reklamie* (1997), *Etyka w środkach społecznego przekazu* (2000) i *Etyka w Internecie* (2002)²⁴. Warto przywołać jeszcze jeden dokument, który ukazał się już po śmierci Adama Lepy – dokument Dykasterii ds. Komunikacji *Ku pełnej obecności. Refleksja duszpasterska na temat zaangażowania w media społecznościowe*²⁵ (2023). W dokumencie można wskazać kilka istotnych z etycznego punktu widzenia płaszczyzn, które mają wpływ na kształtowanie

²² A. Lepa, *Etyka mediosfery*, dz. cyt., s. 50.

²³ Benedykt XVI, *Milczenie i słowo drogą ewangelizacji*, Orędzie na XLVI Dzień Środków Społecznego Przekazu, https://www.vatican.va/content/benedict-xvi/pl/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20120124_46th-world-communications-day.html [dostęp: 23.03.2025].

²⁴ A. Lepa, *Etyka mediosfery*, dz. cyt., s. 46.

²⁵ Dykasteria ds. Komunikacji, *Ku pełnej obecności. Refleksja duszpasterska na temat zaangażowania w media społecznościowe*, https://www.vatican.va/roman_curia/dpc/documents/20230528_dpc-verso-piena-presenza_pl.html?utm_source=chatgpt.com [dostęp: 7.03.2025].

obrazu Kościoła w mediach. Pierwszym z zagrożeń jest redukcja obecności Kościoła do powierzchownych interakcji. Z jednej strony media społecznościowe sprzyjają wchodzeniu w nie, dzieleniu się doświadczeniem i pielęgnowaniu relacji. Z drugiej zaś – w miarę wchodzenia sztucznej inteligencji w te wymiary rodzi się potrzeba ponownego odkrycia spotkania osób. Drugim niebezpieczeństwem jest ryzyko indywidualizmu, kiedy osoba skupia się tak bardzo na własnym wizerunku, że może to zniekształcać wspólnotowy obraz Kościoła. Wpływ na tworzenie obrazu Kościoła ma też niebezpieczeństwo nadmiernego uproszczenia przekazu wiary. Pomija się bardzo ważne elementy misji Kościoła, jak: miłosierdzie, kategorię bliźniego, osoby pozostawione samym sobie. Przejmująco brzmią słowa zawarte w ostatnim numerze tego dokumentu (82): „Niech światło, które przynosimy innym, nie będzie zasługą kosmetyków czy efektów specjalnych, lecz bycia kochającymi i miłosiernymi «bliźnimi» dla tych, którzy zostali zranieni i pozostawieni na poboczu drogi”. Istotne jest również zagrożenie dezinformacją i manipulacją, ponieważ z wielką łatwością buduje się obraz ludzi Kościoła w mediach społecznościowych, zagrażając dobremu imieniu fałszywymi informacjami i oszczerstwami. Niebezpieczeństwem mającym wpływ na obraz Kościoła jest wreszcie brak autentyczności w komunikacji. Może to doprowadzić do sytuacji, w której budowanie własnego wizerunku medialnego okaże się ważniejsze od rzeczywistego świadectwa wiary²⁶. Wszystko to pokazuje, jak wiele zagrożeń etycznych hamuje budowanie prawdziwego obrazu Kościoła w mediach.

Aktualność proponowanych rozwiązań pedagogicznych i etycznych

Pierwszym istotnym obszarem jest budowanie logosfery jako środowiska pełnego rozwoju chrześcijanina. W tym kontekście warto znowu przywołać przełożony wpływ obrazu. Dochodzimy do swoistego pata słownego – budowanie

²⁶ Tamże.

obrazu obrazem. Właściwie dostatecznie wytłumaczono już funkcjonowanie pojęcia „obraz” w kontekście wizerunku. Teraz wraca „obraz” jako narzędzie budowania tego, co jest „orientacją” postrzegania Kościoła. Lepa używa bardzo dobitnych słów na fakt przeakcentowania ikonosfery. Mówi o pewnych sformułowaniach, które na dobre zagościły w wymiarze społecznym: „mentalność telewizyjna”, „myślenie plakatowe”, „film gumą do żucia dla oczu”²⁷. Pewne określenia zawarte w twórczości Lepy są już nieco przebrzmiałe. Jeśli jednak wnikać w sens ukazywania tych zagrożeń, czy dzisiaj, publikując na podobny temat, Lepa nie wskazałby na takie zagrożenia jak: *deepfake*, cyfrowa hipokryzja w kształtowaniu wizerunku, zniekształcanie percepcyjne i poznawcze tzw. doskonałymi obrazami czy algorytmiczna polaryzacja, manipulacja emocjami i kultura strachu (zarządzanie strachem)²⁸?

Innym wyzwaniem jest cywilizacja obrazu w kontekście przekazu uproszczonego obrazu rzeczywistości. Obraz staje się dzisiaj wszechobecnym środkiem manipulacji. Wystarczy prześledzić drogę, jaką przebył od prostej fotografii do szerokiego wykorzystania w dzisiejszych mediach. Po pierwsze ma on bardzo szeroki zakres znaczeniowy. Można mówić o obrazie filmowym, reprodukowanym dziele malarstwa, ale również uproszczonym w warstwie słownej obrazie jakiejś rzeczywistości – młodzieży, starszych, Kościoła. Tak rozumianemu obrazowi towarzyszy z reguły wzniecanie określonych uczuć. Wykorzystując możliwości techniczne pracy z obrazem, można wyeksponować konkretne elementy w celu wymuszenia określonego odbioru. Wykorzystanie obrazu jest tak istotne, gdyż do zagnieżdżenia pewnej kwestii w świadomości odbiorcy wystarczy niewspółmiernie mniej czasu, niż potrzebowałby do tego przekaz oparty na słowie. Obraz zyskuje więc dodatkowo pokład argumentacyjny. Opowiadanie świata obrazem sprawia, że staje się

²⁷ A. Lepa, *Logosfera*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 1995, nr 4, s. 199.

²⁸ Warto przywołać chociaż niektóre artykuły: *Deepfakes Generation and Detection: State-of-the-art, Open Challenges, Countermeasures, and Way Forward*, https://arxiv.org/abs/2103.00484?utm_source=chatgpt.com [dostęp: 12.04.2025]; *Hipokryzja w erze mediów społecznościowych: kreowanie wizerunku a rzeczywistość*, https://www.familiaris.org/post/hipokryzja-w-erze-medi%C3%B3w-spo%C5%82eczno%C5%9Bciowych-kreowanie-wizerunku-a-rzeczywisto%C5%9B%C4%87?utm_source=chatgpt.com [dostęp: 12.04.2025]; *Kultura strachu w mediach*, https://pl.ejo-online.eu/etyka-dziennikarska/kultura-strachu-w-mediach?utm_source=chatgpt.com [dostęp: 12.04.2025].

on prawdą, sposobem uwiarygodnienia faktów. To, czego nie da się wyrazić prostym słowem, można wyrazić o wiele skuteczniej prostym obrazem. Dodatkowo można spotęgować oddziaływanie obrazu poprzez takie elementy jak: muzyka, powtarzanie, ruch, kolor. Można postawić sobie pytanie: co się stało, że cywilizacja słowa przekształciła się w cywilizację obrazu? Niewątpliwie w komunikacji liczy się szybkość przekazu, a także element ponadkulturowości. Obraz czyta się szybciej niż słowo, samo przygotowanie obrazu wymaga o wiele mniej czasu niż przygotowanie komunikatu słownego²⁹.

Nie trudno znaleźć dzisiaj przykłady wykorzystania obrazu do zniekształcania „obrazu Kościoła”. W ostatnich latach pojawiły się realistyczne, ale fałszywe obrazy papieża Franciszka stworzone za pomocą sztucznej inteligencji: zdjęcia Ojca Świętego w kurtce Balenciagi, z tęczaową flagą czy na plaży³⁰. W 2013 roku tygodnik „Nie” opublikował grafikę przedstawiającą Jezusa wpisanego w znak drogowy zakazu. Grafika ta została uznana za obrazę uczuć religijnych, a Jerzy Urban został ukarany grzywną. Sprawa była szeroko komentowana w mediach i podkreślała granice wolności artystycznej w kontekście religii³¹. W 2019 roku trzy aktywistki zostały oskarżone o obrazę uczuć religijnych po umieszczeniu wizerunku Matki Boskiej z aureolą w kolorach tęczy na murach kościoła w Płocku, co ponownie wywołało ogólnopolską debatę na ten sam temat³². Powyższe przykłady potwierdzają intuicje Lepy i są dobitnym przykładem na wszystkie cechy obrazu mogące zostać negatywnie wykorzystane w budowaniu obrazu Kościoła.

Szukając rozwiązań powyższych problemów, można by wskazać rolę Kościoła i rodziny. W wielu wypowiedziach podkreśla się, że Kościół jest za

²⁹ A. Lepa, *Magia obrazu*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 1997, nr 6, s. 265–267.

³⁰ *The God Illusion: Why the Pope Is So Popular as a Deepfake Image*, „The Guardian” 2024, https://www.theguardian.com/technology/2024/dec/21/the-god-illusion-why-the-pope-is-so-popular-as-a-deepfake-image?utm_source=chatgpt.com [dostęp: 14.04.2025].

³¹ D. Sitnicka, *„Zdziwiony Jezus” Urbana to nic. Mocne przykłady sztuki oskarżanej o obrażanie uczuć religijnych*, „Oko.press” 2018, https://oko.press/zdziwiony-jezus-urbana-to-nic-mocne-przyklady-sztuki-oskarzanej-o-obrazanie-uczuc-religijnych?utm_source=chatgpt.com [dostęp: 14.04.2025].

³² A. Wądołowska, *Czy należy wykreślić artykuł o obrazie uczuć religijnych z kodeksu karnego?*, „Notes from Poland” 2021, https://notesfrompoland.com/2021/03/13/czy-nalez-y-wykreslic-artykul-o-obrazie-uczuc-religijnych-z-kodeksu-karnego/?utm_source=chatgpt.com (dostęp: 14.04.2025).

slabo przygotowany do budowania, a czasem obrony własnego wizerunku. Co prawda edukacja medialna jest coraz częściej obecna w formacji seminarnej duchownych, niemniej – w praktyce – zdarza się, że przygotowanie do właściwej komunikacji ze światem jest bardziej wyrazem dobrego samopoczucia duchownych niż posiadania realnych narzędzi i kompetencji do realizacji wspomnianych zadań³³. O wiele skuteczniejszym narzędziem we właściwym odbiorze obrazu Kościoła wydaje się rodzina. Jawi się ona jako środowisko ochronne wobec dezinformacji i manipulacji. Informowanie obrazem jest niewątpliwie szybkie i skuteczne, niemniej obraz jest szczególnie podatny na „dyspozycyjność”. Ta z kolei wskazuje na „manipulacyjny potencjał”, który łatwo można wykorzystać przez fabrykowanie informacji. W tym właśnie kontekście szczególnie istotna wydaje się rola rodziny, gdyż rodzice, którzy korzystają z różnego typu informacji, potrafią nauczyć dziecko praktycznego rozróżniania informacji prawdziwej i pełnej oraz skażonej, zmanipulowanej czy sfabrykowanej³⁴.

W części wprowadzającej poczyniono rozgraniczenie obrazu od wizerunku, wskazując na fakt, że wizerunek zakłada większe zainteresowanie odbiorcy mediów. W odniesieniu do recepcji wizerunku Kościoła należy wskazać najpierw na predyspozycje osobiste. Osoba może się bowiem odznaczać naiwnością, podatnością na wpływy, naśladownictwem innych, ale może również być odporna na wpływy, twórcza i potrafić we właściwy sposób wykorzystywać umiejętności perswazyjne. Ważne jest również dokonywanie właściwego rozróżnienia pomiędzy postawami a opiniami³⁵. Istotne, by odbiorca mediów rozumiał różnice pomiędzy influencerem a liderem opinii. Często obraz Kościoła budują osoby, które po prostu wywierają wpływ na odbiorcę, od lidera opinii wymaga się natomiast większych kompetencji i autorytetu. Ich rozróżnienie nie jest proste, ale w zasadniczy sposób czyni odbiorcę bardziej krytycznym wobec proponowanego obrazu Kościoła. Jakie są zatem zasadnicze różnice pomiędzy influencerem a liderem opinii?

³³ Zob. badania przeprowadzone w seminariach duchownych w Polsce – K. Marcyński, *Kompetencja komunikacyjna w Kościele ery cyfrowej*, Kraków 2024.

³⁴ A. Lepa, *Pedagogia infosfery człowieka*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 2011, nr 20, s. 174–177.

³⁵ Tenże, *Pedagogia mediosfery*, „Paedagogia Christiana” 2/30 (2012), s. 219.

Najpierw warto zwrócić uwagę na źródła wpływu – influencer zdobywa popularność przez fakt obecności w mediach, lider opinii zaś – ze względu na wiedzę i autorytet. Kolejną różnicą jest rodzaj działania. Influencer bazuje na działaniu sugestywnym, lider opinii – na działaniu perswazyjnym. Influencer nie musi odznaczać się jakimś szczególnym wykształceniem specjalistycznym, lider opinii najpierw zdobywa wiedzę i autorytet, a dopiero później staje się liderem opinii. Różnice występują również na poziomie zaufania. Influencerowi ufa się jako idolowi, liderowi opinii – jako specjalście. Ważne jest też kryterium sposobu komunikacji: w odniesieniu do influencera nie liczy się słowo – bazuje na obrazie, najlepiej dynamicznym. Lider opinii bierze za to udział w specjalistycznych panelach dyskusyjnych, koncentruje się na dostarczeniu rzetelnych informacji. Ostatnia różnica odnosi się do kryterium celu i motywacji. Influencer skupia się na popularności, nie zawsze ma na uwadze dobro ogółu, lider opinii zaś zwykle próbuje wpływać na postawę odbiorcy, skupia się na dobru społecznym, dobru konkretnej sprawy³⁶. Takie rozróżnienie może się okazać bardzo pomocne do właściwego filtrowania i krytycznego odbioru informacji mających na celu budowanie obrazu Kościoła w mediach.

Inną istotną kwestią związaną z obecnością Kościoła w przestrzeni medialnej jest zdolność do dialogu ze współczesnym światem. W najszerszym znaczeniu dialog dotyczy sposobów i form uzgadniania stanowisk w rzeczach istotnych. Takimi rzeczami są niewątpliwie kwestie dotyczące człowieka i jego odniesień. Oczywiście należy zdawać sobie sprawę, że istotnym elementem dialogu jest prawda, niemniej jej rozumienie w chrześcijaństwie i obecność w mediach nie dotyczą tego samego przedmiotu i nie są też z tego samego poziomu. Prawda dotycząca życia społecznego skupia się na kwestiach dotyczących doczesności, prawda zaś, o której mówi Ewangelia, jest prawdą absolutną, całościową, ale realizującą się w pełni dopiero w perspektywie eschatologicznej. W społeczeństwie pluralistycznym trudno zatem o uzgodnienie tego drugiego

³⁶ W. Lewandowska, *Influencer czy lider opinii? Youtube jako narzędzie kreowania wizerunku na przykładzie Karola Friza Wiśniewskiego*, mps, praca magisterska, Biblioteka Główna UKSW, Warszawa 2024, s. 29–30. W pracy pisanej pod moim kierunkiem Autorka, przygotowując bazę teoretyczną do udzielenia odpowiedzi na tytułowe pytanie pracy, dokonała rzetelnego zestawienia różnic pomiędzy influencerem a liderem opinii.

rozumienia prawdy. Do tego dochodzi powoływanie się na zmienność warunków i kontekstu poszukiwania prawdy. Nie ma jednak sytuacji, w której można by się zwolnić z jej poszukiwania czy szukać jej koniunkturalnie. Jan Paweł II w encyklice *Centesimus annus* tak wyraża konieczność troski o poszukiwanie prawdy: „W sposobie powstawania i określania nowych potrzeb zawsze się wyraża mniej lub bardziej słuszna koncepcja człowieka i jego prawdziwego dobra. Poprzez decyzje [...] ujawnia się określona kultura jako ogólna koncepcja życia”³⁷. Ważne są również: unikanie postaw ksenofobicznych, utwierdzenie podziałów społecznych oraz ideologie wznoszące sztuczne bariery³⁸.

Obecność Kościoła w mediach jest odpowiedzią na przedstawianie jego obrazu w sposób uproszczony i zniekształcony. Na tę kwestię zwrócono uwagę w dokumencie *Aetatis novae* (1992)³⁹. Jak w nim zauważono, wielu ludzi formuje swój pogląd o życiu i nauczaniu Kościoła wyłącznie za pośrednictwem mediów (nr 10). Oznacza to, że media mają zdolność kreowania rzeczywistości, dlatego by uniknąć zniekształcenia obrazu Kościoła w mediach, należy doprowadzić do jego obecności w tym obszarze – dzięki temu można uniknąć jednostronnego przekazu. W dalszej części dokumentu zwraca się uwagę, że nie chodzi o jakąkolwiek formę obecności Kościoła w tej sferze. Musi to być obecność kompetentna i profesjonalna (nr 11), można dopowiedzieć, by sama obecność niekompetentna i nieprofesjonalna nie przyczyniła się do zniekształcenia wizerunku Kościoła. Odpowiedzialność za obecność medialną niosą zarówno duchowni, jak i świeccy. Należy też dopowiedzieć, że ta obecność nie sprowadza się wyłącznie do dziennikarzy, ale do wszystkich, którzy budują obraz Kościoła uczestnicząc na różne sposoby w przekazach medialnych. W numerze 14. zwraca się uwagę, by przygotować odbiorców do właściwego interpretowania przekazu medialnego w duchu „wiary i rozeznania”.

³⁷ Jan Paweł II, *Centesimus annus*, enc., 1 maja 1991, nr 36, https://www.vatican.va/content/john-paul-ii/pl/encyclicals/documents/hf_jp-ii_enc_01051991_centesimus-annus.html [dostęp: 20.02.2025].

³⁸ Jan Paweł II, Orędzie na XXI Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu, *Środki społecznego przekazu w służbie sprawiedliwości i pokoju*, 24 stycznia 1987, https://www.vatican.va/content/john-paul-ii/en/messages/communications/documents/hf_jp-ii_mes_24011987_world-communications-day.html [dostęp: 21.02.2025].

³⁹ Papieska Rada ds. Środków Społecznego Przekazu, *Aetatis novae*, „L'Osservatore Romano” 13 (1992), nr 6, 50–59.

Powróćmy na zakończenie do propozycji wzmocnienia obecności Kościoła w mediach i poprawy jego wizerunku, wskazanych przez biskupa Adama Lepę. Po pierwsze, konsekwentna walka z mitami i manipulacją w przestrzeni publicznej. Po drugie, odwaga korzystania z nowoczesnych narzędzi komunikacji, a jednocześnie świadomość zagrożeń, jakie mogą nieść. Lepa pisze:

Media stały się gigantyczną fabryką iluzji, wskutek tego tworzą w świadomości swoich odbiorców iluzoryczne obrazy rzeczywistości. Przekazują własne ujęcie faktów, wydarzeń, sytuacji, zjawisk itp. Są to medialne obrazy rzeczywistości. Często te obrazy całkowicie odbiegają od stanu faktycznego, stanowią jego krzywe zwierciadło – po prostu fałszują otaczającą człowieka rzeczywistość⁴⁰.

W taki sposób tworzy się też inne medialne obrazy: wartości, działalności charytatywnej, polskiej rodziny, społeczeństwa. Po trzecie, ukazywanie obecności Kościoła w mediach musi uwzględniać wysokie standardy etyczne. Dzisiaj w zawężonym rozumieniu etyki mediów (sprowadzonym wyłącznie do etyki szczegółowej, zawodowej) dokonuje się oceny poprzez sytuację. Dany przypadek zostaje poddany refleksji etycznej sprowadzonej do stwierdzenia poczucia krzywdy u odbiorcy. To ważne, gdyż piętnuje się konkretne przejawy nieetycznego wykorzystania mediów. Niemniej – zdaniem Adama Lepy – brakuje szerszego spojrzenia etycznego w aspekcie zasad, które w rozumieniu Kościoła kształtują etykę mediów, a należą do nich: zasady prawdy, wolności, sprawiedliwości i miłości⁴¹.

Biogram

Jarosław Andrzej Sobkowiak (ur. 1967) – doktor nauk teologicznych w zakresie teologii moralnej i praktycznej, studia specjalistyczne z etyki – Centre Sévres – Paryż, podyplomowe studia zarządzania (UW), adiunkt i kierownik Zakładu Dydaktyki Mediów w Instytucie Edukacji Medialnej i Dziennikarstwa, Dyrektor Centrum Komunikacji Społecznej

⁴⁰ A. Lepa, *Ewangelizacja a świat iluzji*, dz. cyt., s. 52.

⁴¹ Tenże, *Etyka mediosfery*, dz. cyt., s. 46.

i Cyfrowej UKSW, prodziekan ds. studenckich i kształcenia ustawicznego, redaktor naczelny półrocznika „Studia Theologica Varsaviensia”, przewodniczący Zespołu ds. Zarządzania Bazą Wiedzy UKSW, członek zarządu (sekretarz) Stowarzyszenia Teologów Moralistów, członek Polskiego Towarzystwa Komunikacji Społecznej.

Streszczenie

Celem artykułu jest propozycja odczytania obecności Kościoła w mediach i budowania jego wizerunku w publikacjach biskupa Adama Lepy. Stanowisko to wyraża się w przekonaniu, że media nie są celem Kościoła, lecz narzędziem ewangelizacji i interpretacji współczesnej kultury – miejscem spotkania z człowiekiem. Autor artykułu ukazuje rozróżnienie między obrazem (medialną konstrukcją rzeczywistości) a wizerunkiem (społecznym odbiorem Kościoła). Biskup Lepa ostrzega przed manipulacją, mitami i iluzją, które deformują obraz Kościoła, ukazując go jako instytucję bez wymiaru duchowego. Proponuje etyczne standardy obecności medialnej: prawdę, sprawiedliwość, miłość, a także wychowanie do ciszy i refleksji. Podkreśla, że w obliczu nowych technologii i zagrożeń, takich jak *deepfake* czy algorytmiczna manipulacja, Kościół potrzebuje kompetentnej obecności w mediach, opartej na autentyczności i prawdzie. W centrum refleksji pozostaje człowiek – adresat misji Kościoła i ofiara zniekształceń medialnych.

Słowa kluczowe: wizerunek medialny Kościoła, media a manipulacja, etyka mediosfery, iluzja medialna, biskup Adam Lepa

Summary

The aim of this article is to propose a reading of the Church's presence in the media and the construction of its image in the publications of Bishop Adam Lepa. This position is expressed in the conviction that the media are not an aim of the Church, but a tool of evangelisation and interpretation of contemporary culture – a place of encounter with man. The author of the article shows the distinction between image (media construction of reality) and image (social perception of the Church). Bishop Adam Lepa warns against manipulation, myths and illusions that deform the image of the Church, showing it as an institution without a spiritual dimension. He proposes ethical standards for media presence: truth, justice, love, as well as education for silence and reflection. He stresses that in the face of new technologies and threats such as *deepfake* or algorithmic manipulation, the Church needs a competent media presence based on authenticity and truth. At the centre of reflection remains the human being - addressee of the Church's mission and victim of media distortion.

Keywords: media image of the Church, media and manipulation, ethics of the mediosphere, media illusion, Bishop Adam Lepa

Bibliografia

- Baudrillard J., *Spisek sztuki. Iluzje i deziluzje estetyczne z dodatkiem wywiadów o „Spisku sztuki”*, Warszawa 2006.
- Baudrillard J., *Przejrzystość Zła. Esej o zjawiskach skrajnych*, Warszawa 2009.
- Benedykt XVI, *Milczenie i słowo drogą ewangelizacji*, Orędzie na XLVI Dzień Środków Społecznego Przekazu 2012 r., https://www.vatican.va/content/benedict-xvi/pl/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20120124_46th-world-communications-day.html [dostęp: 23.03.2025].
- Czopek M., D. Chomont-Parzyńska, D. Czerwińska i in., *Rola mediów w kreowaniu wizerunku*, „Zeszyty Naukowe Uczelni Jana Wyżykowskiego. Studia z Nauk Społecznych” 2016, nr 9, s. 79–93.
- Deepfakes Generation and Detection: State-of-the-art, Open Challenges, Countermeasures, and Way Forward*, https://arxiv.org/abs/2103.00484?utm_source=chatgpt.com [dostęp: 12.04.2025].
- Dykasteria ds. Komunikacji, *Ku pełnej obecności. Refleksja duszpasterska na temat zaangażowania w media społecznościowe*, https://www.vatican.va/roman_curia/dpc/documents/20230528_dpc-verso-piena-presenza_pl.html?utm_source=chatgpt.com [dostęp: 7.03.2025].
- Hipokryzja w erze mediów społecznościowych: kreowanie wizerunku a rzeczywistość*, https://www.familiaris.org/post/hipokryzja-w-erze-medi%C3%B3w-spo%C5%82eczno%C5%9Bciowych-kreowanie-wizerunku-a-rzeczywisto%C5%9B%C4%87?utm_source=chatgpt.com [dostęp: 12.04.2025].
- Jan Paweł II, *Redemptor hominis*, enc., 4 marca 1979, https://www.vatican.va/content/john-paul-ii/pl/encyclicals/documents/hf_jp-ii_enc_04031979_redemptor-hominis.html [dostęp: 17.03.2025].
- Jan Paweł II, Orędzie na XXI Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu, *Środki społecznego przekazu w służbie sprawiedliwości i pokoju*, 24 stycznia 1987, https://www.vatican.va/content/john-paul-ii/en/messages/communications/documents/hf_jp-ii_mes_24011987_world-communications-day.html [dostęp: 21.02.2025].
- Jan Paweł II, *Centesimus annus*, enc., 1 maja 1991, nr 36, https://www.vatican.va/content/john-paul-ii/pl/encyclicals/documents/hf_jp-ii_enc_01051991_centesimus-annus.html [dostęp: 20.02.2025].
- Kaczmarek-Śliwińska M., *Wizerunek*, w: *Leksykon terminów medialnych M–Z*, red. K. Wolny-Zmorzyński, K. Doktorowicz, P. Płaneta, Toruń 2024, s. 495–496.
- Konstytucja duszpasterska o Kościele w świecie współczesnym „Gaudium et spes”*, w: *Sobór Watykański II. Konstytucje, dekrety, deklaracje*, Poznań 2002, s. 843–1006.
- Kultura strachu w mediach*, https://pl.ejo-online.eu/etyka-dziennikarska/kultura-strachu-w-mediach?utm_source=chatgpt.com [dostęp: 12.04.2025].

- Laskowska M., *Media i teologia. Kierunki badań teologicznych w ujęciu Magisterium Kościoła*, „Teologia Praktyczna” 14 (2013), s. 137–158.
- Lepa A., *Logosfera*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 1995, nr 4, s. 197–202.
- Lepa A., *Magia obrazu*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 1997, nr 6, s. 263–276.
- Lepa A., *Mity i obrazy*, Łódź 1999.
- Lepa A., *Media – czwarta władza, czy służba człowiekowi?*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 2000, nr 9, s. 171–180.
- Lepa A., *Ewangelizacja a świat iluzji*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 2001, nr 10, s. 49–55.
- Lepa A., *Etyczne i wychowawcze aspekty opinii publicznej*, „Annales. Etyka w Życiu Gospodarczym” 12 (2009), nr 2, s. 109–119.
- Lepa A., *Etyka mediosfery*, „Annales. Etyka w Życiu Gospodarczym” 13 (2010), nr 1, s. 41–54.
- Lepa A., *Pedagogia infosfery człowieka*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 2011, nr 20, s. 169–180.
- Lepa, *Pedagogia mediosfery*, „Paedagogia Christiana” 2/30 (2012), s. 215–224.
- Lewandowska W., *Influencer czy lider opinii? Youtube jako narzędzie kreowania wizerunku na przykładzie Karola Friza Wiśniewskiego*, praca magisterska, mps, Biblioteka Główna UKSW, Warszawa 2024.
- Marcyński K., *Kompetencja komunikacyjna w Kościele ery cyfrowej*, Kraków 2024.
- Nouvelle Mythologies*, red. J. Garcin, Paris 2007.
- Papieska Rada ds. Środków Społecznego Przekazu, *Aetatis novae*, „L’Osservatore Romano” 13 (1992), nr 6, 50–59.
- Różewicz T., *zawsze fragment. recycling*, Wrocław 1998.
- Sitnicka D., „Zdziwiony Jezus” *Urbana to nic. Mocne przykłady sztuki oskarżanej o obrażanie uczuć religijnych*, „Oko.press”, https://oko.press/zdziwiony-jezus-urbana-to-nic-mocne-przyklady-sztuki-oskarzanej-o-obrazanie-uczuc-religijnych?utm_source=chatgpt.com [dostęp: 14.04.2025].
- The God Illusion: Why the Pope Is So Popular as a Deepfake Image, „The Guardian”, https://www.theguardian.com/technology/2024/dec/21/the-god-illusion-why-the-pope-is-so-popular-as-a-deepfake-image?utm_source=chatgpt.com [dostęp: 14.04.2025].
- Wądołowska A., *Czy należy wykreślić artykuł o obrazie uczuć religijnych z kodeksu karnego?*, Notes from Poland, https://notesfrompoland.com/2021/03/13/czy-nalez-y-wykreslic-artykul-o-obrazie-uczuc-religijnych-z-kodeksu-karnego/?utm_source=chatgpt.com [dostęp: 14.04.2025].

Obraz Kościoła w przestrzeni społecznej. Implikacje katechetyczne

Zagadnienie, które jest tematem niniejszego artykułu, wiąże się z problematyką monografii poświęconej mediom w zakresie skutków, jakie wywołują. Skutki te są oczywiste w odniesieniu do przestrzeni społecznej. Chciałbym odpowiedzieć na pytania o to, jaki jest obraz Kościoła w kształtowanej przez media przestrzeni społecznej i w jaki sposób działania katechetyczne mogą ten obraz kształtować. W tym celu kolejno podam kilka myśli zawartych w pracach biskupa Adama Lepy na temat kształtowania obrazu Kościoła przez media, następnie podejmę problem rzeczywistego obrazu Kościoła oraz słów-kluczy, które w ostatnich latach pojawiły się w dyskusji społecznej o Kościele, wreszcie postaram się sformułować pewne postulaty katechetyczne, które mogą pomóc w budowaniu rzeczywistego obrazu Kościoła.

Biskupa Adama Lepy myśli odnośnie do obrazu Kościoła w mediach

Biorąc pod uwagę zakres tematyczny niniejszego artykułu, niewłaściwe byłoby prezentowanie całości rozległego dorobku Adama Lepy, konieczne

jednak jest z całą pewnością zdefiniowanie podstawowych pojęć z zakresu nauki o mediach odpowiadających celowi opracowania, następnie rozwinięcie problemu manipulacji oraz ukazanie, w jaki sposób kreowanie negatywnego obrazu Kościoła może stać się wyzwaniem dla działalności Kościoła.

Podstawowe pojęcia

Biskup Adam Lepa określa mediosferę jako „globalne środowisko mediów, w którym jednostka mniej lub bardziej aktywnie uczestniczy, i które współtworzy”¹. Definicja ta zwraca uwagę na dwa istotne komponenty: dzieło mediów i odbiór ich przekazu, zależny od jednostki, która jest odbiorcą mediów. Siła i skuteczność mediów, zarówno w aspekcie pozytywnym, jak i negatywnym, wynikają z faktu, że „funkcjonują one na sposób środowiska”². Podstawowymi komponentami mediosfery są: „ikonosfera (warstwa obrazu), logosfera (warstwa słowa), sonosfera (warstwa dźwięku) i galenosfera (warstwa ciszy)”³.

Istotne znaczenie dla kultury ma logosfera, która w sensie ścisłym oznacza „środowisko, w którym słowo, traktowane przez człowieka na zasadzie swoistego prymatu, w szczególny sposób oddziałuje na niego w samym środowisku, jak i w jego relacjach międzyludzkich”⁴. Jej dynamicznymi składnikami są zwłaszcza: żywe słowo pojawiające się w dialogu z drugim człowiekiem, lektura, zarówno prywatna, jak i wspólna, słowo odbierane z mediów, bezpośrednie spotkanie z mistrzami słowa, wreszcie cisza, a także – wymiarze religijnym – modlitwa: prywatna, ale też wspólna⁵. Logosfera może być budowana jako środowisko zorganizowane bądź niezorganizowane. Organizacja środowiska logosfery wiąże się z celowym i przemyślanym doborem osób, które dane środowisko tworzą⁶. Logosfera niezorganizowana

¹ A. Lepa, *Etyka mediosfery*, „Annales. Etyka w Życiu Gospodarczym” 2010, nr 1, s. 42.

² Tamże, s. 45.

³ Tamże, s. 42.

⁴ Tenże, *Media w świecie słowa*, Częstochowa 2011, s. 55.

⁵ Tenże, *Funkcja logosfery w wychowaniu do mediów*, Łódź 2003, s. 107–111.

⁶ Tenże, *Media w świecie słowa*, dz. cyt., s. 60.

natomiast „charakteryzuje się takimi cechami, jak: brak wiedzy [...] na temat wpływu mediów i roli środowiska słowa w ich odbiorze. [...] Działania podejmowane w stosunku do słowa są tam sporadyczne, powierzchowne i wyłącznie spontaniczne”⁷.

Warto także zwrócić uwagę na ikonosferę, głównie z tego powodu, że jest ona dominująca we współczesnym przekazie medialnym. Realizuje ona wiele funkcji, stając się środkiem komunikacji między ludźmi, narzędziem reklamy i propagandy; obraz bywa dziełem sztuki lub jego kopią, wierną bądź pop-kulturową, stanowiąc podstawowy budulec cyberkultury⁸. Należy także pamiętać, że dominacja obrazu prowadzi do degradacji słowa, a sam obraz bardzo łatwo może być wykorzystywany do manipulowania odbiorcą⁹.

Iluzja z kolei to „przekonanie o czymś, co nie istnieje w rzeczywistości”¹⁰. W definicji tej warto zwrócić uwagę na sam akt: przekonanie. Nie jest to mniemanie, podejrzenie, ale stan psychiki, kiedy człowiek jest pozbawiony wątpliwości. Iluzja, choć może służyć dobrem celom, zwłaszcza gdy odbiorca mediów ma świadomość jej stosowania, często jednak służy manipulacji, ukrycie jej wykorzystania jest bowiem stosunkowo łatwe¹¹. Iluzja odnosi się do produktów kultury masowej, ułatwionej, może także pojawić się w obszarze życia religijnego, gdy przybiera postać szczególnego wybrania, uzasadnionego przekonaniem, albo iluzji bezgrzeszności lub grzechu¹².

Termin „stereotyp” etymologicznie nawiązuje do techniki drukarskiej i może być oddany jako „gotowa forma myślenia” czy „obraz w ludzkiej głowie”. Stanowi on specyficzną funkcję myślenia, jak też pełni funkcję komunikacji z innymi; ma zatem wymiar zarówno myślowy, jak i społeczny¹³. Stereotypy są klasyfikowane ze względu na treść (osobowościowe, polityczne,

⁷ Tamże, s. 61.

⁸ Tenże, *Funkcja logosfery w wychowaniu do mediów*, dz. cyt., s. 67n.

⁹ Tenże, *Etyka mediosfery*, dz. cyt., s. 48.

¹⁰ Tenże, *Ewangelizacja a świat iluzji*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 2001, nr 10, s. 50.

¹¹ Tenże, *Etyka mediosfery*, dz. cyt., s. 47.

¹² Tenże, *Ewangelizacja a świat iluzji*, dz. cyt., s. 51.

¹³ Tenże, *Katecheta i świat stereotypów*, „Katecheta” 1985, nr 1, s. 4.

religijne) lub mechanizm powstania (spontaniczne lub sterowane z zewnątrz). Co prawda, niekiedy porządkują one rzeczywistość, stając się nośnikami kultury, budowania opinii społecznej, integracji społeczeństwa, prowadzić jednak mogą – i istotnie prowadzą – do manipulacji ludźmi, schematyczności w pojmowaniu świata oraz tworzenia uprzedzeń¹⁴.

Nieco inne, aniżeli terminu „stereotyp”, jest znaczenie terminu „mit”. Biskup Adam Lepa definiuje „mit” jako pogląd, który nieistniejącym wydarzeniom bądź zjawiskom nadaje pozory bezsprzecznej i niewzruszonej prawdy¹⁵. Daje też szerszy opis tego, czym mit jest. Tu znowu mamy do czynienia nie tylko z rozumieniem pejoratywnym. Mit bowiem może być pewną opowieścią o rzeczywistości, wykorzystaną do realizacji niegodziwych celów, szczególnie gdy przyjmuje postać opowieści iluzorycznej¹⁶. W takim wypadku mit służy wprost zakłamywaniu rzeczywistości.

Wreszcie ostatnim, koniecznym dla dalszej analizy pojęciem, jest pojęcie postawy. Oznacza ono „względnie trwałe, pozytywne lub negatywne ustosunkowanie się człowieka do konkretnego przedmiotu, na przykład, osoby, idei, rzeczy zjawiska, angażujące w nim intelekt, wolę, uczucia i aktywność”¹⁷. Biskup Adam Lepa szeroko omawia postawy kształtowane przez media, zarówno pozytywne: dialogu, szerokich horyzontów, tolerancji¹⁸, jak i negatywne: uzależnienia od mediów, konsumizmu medialnego, makiawelizmu¹⁹. Tak szeroka gama postaw pokazuje, że media stwarzają zagrożenie dla wychowania, lecz stają się także wyzwaniem, domagając się wykorzystania dla osiągnięcia właściwych i szlachetnych celów.

¹⁴ Tamże, s. 5–9.

¹⁵ Tenże, *Mity i obrazy*, Łódź 1999, s. 8n.

¹⁶ Tenże, *Katecheta i świat mitów*, „Katecheta” 1993, nr 2, s. 67.

¹⁷ Tenże, *Media a postawy*, Łódź 2002, s. 10.

¹⁸ Tamże, s. 63–80.

¹⁹ Tamże, s. 80–98.

Manipulacja jako problem budowania obrazu Kościoła

Wśród negatywnych skutków oddziaływania medialnego znajduje się możliwość manipulacji. Przybiera ona rozmaite formy: manipulowania człowiekiem, opinią publiczną, za pośrednictwem słowa, przez podejmowanie działań kompleksowych noszących nazwę „prania mózgów” czy podawanie informacji skażonej²⁰.

Manipulacja w formie zorganizowanej przyjmuje postać propagandy²¹. Jej środkami są: stereotyp, mit, plotka, kamuflaż²². Biskup Adam Lepa wyodrębnił też ściśle zasady, wedle których propaganda jest realizowana. Są to zasady: zrozumiałości, działań zindywidualizowanych, niestawiania kropki nad i, stopniowania, wiarygodności, powszechności działań, informacji oczekiwanej, wzbudzania emocji, rzekomej oczywistości, stosowania środków aprobowanych przez odbiorców, atrakcyjności i aktualności²³.

Propaganda używa następujących technik manipulacji²⁴: fragmentacji, czyli wybiórczego prezentowania rzeczywistości, czemu towarzyszy zwykle przemilczanie niewygodnych faktów oraz traktowanie hipotezy jako pewnika; natychmiastowości informowania, by uniemożliwić otrzymanie informacji innej, pełniejszej, ukazanej w szerszym kontekście; ingracji, czyli kokietowania odbiorcy; nadawania słowom nowych znaczeń; powtarzania w celu zlikwidowania oporu w przyjmowaniu opinii i informacji; odwoływania się do emocji poprzez budzenie antypatii czy nienawiści do osób, grup ludzi, idei, wywoływanie stanów zagrożenia.

Wymienione techniki manipulacyjne służą tworzeniu iluzji oraz mitów, konstruując fałszywe obrazy. Zdaniem biskupa Lepy należą do nich: nierealistyczne obrazy rodziny, społeczeństwa, działalności charytatywnej,

²⁰ Tenże, *Etyka mediosfery*, dz. cyt., s. 49–51.

²¹ Tenże, *Świat propagandy*, Częstochowa 1994, s. 120.

²² Tamże, s. 40–55.

²³ Tamże, s. 57–69.

²⁴ Tenże, *Manipulowanie człowiekiem jako problem współczesnej pedagogii*, „Ethos” 1992, nr 1, s. 81. Szerzej na ten temat zob. tenże, *Świat propagandy*, dz. cyt., s. 69–104.

wartości, całości życia²⁵. Z kolei mity dotyczą istoty Kościoła (siła przewodnia, instrument klerykalizacji Polski, krezus), nauczania Kościoła (ciemnogród, mitologia chrześcijańska, której przeciwstawia się tzw. światopogląd naukowy), negatywnych postaw członków Kościoła (brak tolerancji Polaków, antysemityzm, nieumiejętność wyboru oczekiwanej postawy prywatności religii lub antyklerykalizmu)²⁶.

Troska o właściwy obraz Kościoła jako wyzwanie dla wierzących

Przedstawione zjawiska, związane z manipulacją i propagandą na temat Kościoła, deformują jego obraz, utrudniając przekaz wiary. W swoich pracach biskup Lepa proponuje podejmowanie pewnych środków zaradczych, a także wskazuje na konieczność wychowania do korzystania z mediów, przez przyswojenie pewnych pożądaných postaw.

Fundamentem wychowania do korzystania z mediów, ale też do budowania właściwego obrazu Kościoła jest prawda. Stąd postulatem staje się uwrażliwienie na „siłę argumentu opartego na logice i dociekliwości myślenia”, ze szczególnym uwzględnieniem „rzeczowej argumentacji”²⁷. Wychowanie do prawdy winno w odniesieniu do mediów kształtować trzy rodzaje postaw: myślenia krytycznego, odbioru selektywnego i twórczej aktywności²⁸.

Warto zwrócić uwagę na ciekawą dyrektywę, jaką zawarł w swoich publikacjach biskup Adam Lepa: aby do mediów wychowywać w logosferze, co oznacza, że konieczne jest budowanie właściwej, pozbawionej manipulacji, nietoksycznej logosfery, takiej, która nie będzie utrudniać przekazu prawdy, ale wręcz przeciwnie – przekaz ten będzie potęgował. Chodzi, posługując się podanymi uprzednio klasyfikacjami, o przekształcenie mediosfery

²⁵ Tenże, *Ewangelizacja a świat iluzji*, dz. cyt., s. 52n.

²⁶ Tenże, *Katecheta i świat mitów*, dz. cyt., s. 67–70.

²⁷ Tenże, *Etyka mediosfery*, dz. cyt., s. 51.

²⁸ Szerzej zob. tenże, *Media a postawy*, dz. cyt., s. 110–129.

z niezorganizowanej w zorganizowaną, a temu służy przed wszystkim właściwe konstruowanie logosfery. Takie działania prowadzą do wypracowania dystansu emocjonalnego wobec mediów, a także uodpornieniu użytkowników mediów, zwłaszcza młodszych i niedoświadczonych, by umieli sobie radzić z manipulacją, szczególnie iluzją i mitami²⁹.

Obrazy Kościoła

Wobec tak zarysowanej problematyki związanej z medialnym obrazem Kościoła można teraz postawić pytanie o prawidłowy, czyli zgodny z prawdą, obraz Kościoła. Zagadnienie to jest szerokie i w ramach niniejszego artykułu nie sposób go dogłębnie przedstawić, jak się jednak wydaje, na użytek tego opracowania wystarczy dokonać przeglądu obrazów Kościoła zawartych w Piśmie Świętym. W trakcie obrad II Soboru Watykańskiego oraz w okresie posoborowym nie budziły one wątpliwości, ale stały się użyteczne dla refleksji teologicznej i przepowiadania wiary.

Pierwsza grupa obrazów posiada genezę biblijną i jednocześnie stanowi klucz dla usystematyzowania zagadnień eklezjologicznych w katechezie. Podział ten ma charakter trynitarny – ujmuje Kościół jako Lud Boży, Ciało Chrystusa i Świątynię Ducha Świętego. Kompendium Katechizmu Kościoła Katolickiego wyjaśnia to następująco: „Kościół jest ludem, który Bóg zwołuje ze wszystkich krańców ziemi, aby utworzyć wspólnotę tych wszystkich, którzy przez wiarę i chrzest stają się dziećmi Bożymi, członkami Kościoła i świątynią Ducha Świętego”³⁰.

Obraz Ludu Bożego, zakorzeniony w Starym i Nowym Testamencie, uwydatnia rozumienie Kościoła jako zgromadzenia zwołanego przez Boga³¹, stanowi także „podstawowy paradygmat Kościoła w dokumentach II Soboru Watykańskiego”³². Właściwe rozumienie tego obrazu suponuje uznanie

²⁹ Tenże, *Media w świecie słowa*, dz. cyt., s. 67–70.

³⁰ KompKKK 147.

³¹ Szerzej na temat biblijnych korzeni obrazu zob. P. Tomasiak, *Kościół jako Lud Boży. Znaczenie obrazu i konieczne zastrzeżenia*, „Studia Katechetyczne” 19 (2023), s. 61n.

³² A. Dulles, *Models of the Church*, New York 1986, s. 53.

prymatu Boga w Kościele. Wartością tego ujęcia jest zarówno jednoznaczne określenie tego, kto do Kościoła należy, jak również właściwe ujęcie celu, dla którego Kościół istnieje. Przynależność do Kościoła jest warunkowana przez chrzest, co podział Kościoła na stany – choć ważny i istotny – czyni wtórnym, pierwotne jest bowiem stwierdzenie, że członkami Kościoła są ochrzczeni, i na tym fakcie bazuje nauka o kręgach przynależności do Kościoła, zapisana na kartach konstytucji soborowej *Lumen gentium*³³. Z kolei cel istnienia Kościoła ujął syntetycznie Gerhard Ludwig Müller: „Historia objawienia, zwłaszcza kiedy ma stać się powszechna, potrzebuje ludu wybranego jako zapewniającego ciągłość i tożsamość historii wiary, w której ukazuje się objawienie”³⁴. Kościół jest w tym obrazie punktem odniesienia dla indywidualnej wiary każdego człowieka, a jednocześnie środowiskiem, w którym ta wiara dojrzewa aż po eschatologiczne wypełnienie. Pamiętać jednak należy, że obraz Kościoła jako Ludu Bożego niesie pewne zagrożenia, które dzisiaj, zwłaszcza w tej nieprzychylniej dla katolicyzmu części mediosfery, mogą prowadzić do nieporozumień. Chodzi zwłaszcza o: niefortunne przeciwstawianie hierarchii i świeckich, socjologiczne traktowanie Ludu Bożego, oparte na zastąpieniu wiary opinią lub bazowaniu na wierze pozorowanej, zgadzającej się na rozmiękanie na drobne depozytu Ewangelii, niedoceny eschatologicznego wymiaru wiary, wreszcie niewłaściwe pojmowanie synodalności³⁵.

Obraz Kościoła jako Ciała Chrystusa przez wieki dominował w teologii i nauczaniu magisterialnym. Jest głęboko osadzony w listach św. Pawła³⁶. Jego wartość polega na ukazaniu Kościoła jako hierarchicznie uporządkowanej wspólnoty posług, posłannictw i zadań, wskazuje też wyraźnie na

³³ Por. KK 14–16.

³⁴ G. L. Müller, *Dogmatyka katolicka*, Kraków 2015, s. 597.

³⁵ Więcej o zagrożeniach związanych z niebezpieczeństwami, jakie w dzisiejszych czasach wynikają z obrazu Kościoła jako Ludu Bożego, zob. J. Ratzinger, *Eklezjologia II Soboru Watykańskiego*, w: tenże, *Opera omnia*, t. 8: *Kościół – znak wśród narodów*, red. G. L. Müller, K. Gózdź, M. Górecka, Lublin 2013, s. 247–252; P. Tomasiak, *Kościół jako Lud Boży...*, dz. cyt., s. 68–72.

³⁶ J. Ratzinger, *O genezie i istocie Kościoła*, w: tenże, *Opera omnia*, t. 8, dz. cyt., s. 133n; J. Kręcidło, *Biblijne podstawy synodalności*, w: *Synodalność wyzwaniem dla Kościoła w Polsce*, red. M. Tutak, T. Wielebski, Warszawa 2023, s. 35–38.

związek z Chrystusem jako Głową³⁷. Związek między członkami Kościoła a Chrystusem ma charakter nadprzyrodzony, Kościół nie jest ujmowany jako stowarzyszenie czy idea, ale ma ścisły i niezbywalny związek z Chrystusem przez Ducha Świętego³⁸; ma nadto charakter nadprzyrodzony³⁹. Obraz Kościoła jako Ciała Chrystusa w refleksji patrystycznej wiązał się ściśle z Eucharystią⁴⁰, ale właśnie fakt tak długotrwałego używania obrazu w praktyce przepowiadania wiary rodzi pewną trudność: niejednoznaczność treściową na przestrzeni wieków. Można wyróżnić trzy zasadnicze modele rozumienia obrazu, mocno uzależnione od panujących trendów teologicznych, na bazie których powstawały. Pierwszy z nich to model sakramentalno-eklezjologiczny, drugi – organizacyjno-jurydyczny, trzeci zaś – organologiczno-mistyczny, zwany również romantycznym⁴¹. Przemieszczenie dwóch ostatnich modeli prowadziło w okresie bezpośrednio poprzedzającym II Sobór Watykański do pewnych przekłamań. Utożsamienie Ciała Chrystusa z Kościołem katolickim, co dokonało się w nauczaniu Piusa XII, czyli niedługo przed Soborem, jest nie do obronienia, papież ten bowiem nie rozgraniczał wymienionych modeli. Jak zauważył Joseph Ratzinger, „tajemniczy organizm łaski Chrystusa nie daje się ograniczyć do widzialnej jedności Kościoła rzymskokatolickiego”⁴². Korzystając z tego obrazu w sposób właściwy, ale wyłączny, łatwo jednak popaść w niezdrowe przebóstwianie Kościoła, przejawiające się uznaniem, że wszystkie jego dzieła są wyrazem działania Ducha Świętego. To, niestety, powodowałoby negatywne skutki w odniesieniu do oceny możliwości

³⁷ H. Seweryniak, *Świadectwo i sens. Teologia fundamentalna*, Płock 2003, s. 394n.

³⁸ J. Warzeszak, *Misterium Kościoła*, Warszawa 2004, s. 42n.

³⁹ T. Kopiczko, *Katecheza o Kościele i w Kościele – Ciele Chrystusa*, „Studia Katechetyczne” 19 (2023), s. 113.

⁴⁰ K. Gózdź, *Istota Kościoła według Josepha Ratzingera*, „Teologia w Polsce” 2017, nr 1, s. 6n.

⁴¹ G. Bachanek, *Kościół jako Ciało Chrystusa w ujęciu Józefa Ratzingera*, „Verbum Vitae” 2005, nr 8, s. 163. Więcej na ten temat zob. J. Ratzinger, *Ciało Chrystusa*, w: tenże, *Opera omnia*, t. 8, dz. cyt., s. 262–264.

⁴² J. Ratzinger, *Zadania i kwestie teologiczne omawiane na spotkaniu teologów luteranckich i katolickich po Soborze*, w: tenże, *Opera omnia*, t. 7: *O nauczaniu II Soboru Watykańskiego*, red. G. L. Müller, K. Gózdź, M. Górecka, Lublin 2016, s. 859.

osobistej odpowiedzialności chrześcijan, a także czyniłoby trudniejszym dostrzeżenie błędów w życiu Kościoła⁴³.

Jego obraz jako świątyni Ducha Świętego to z kolei obiecujące ujęcie, mające szansę wprowadzić równowagę pomiędzy chrystologią a pneumatologią w podejmowaniu tematyki eklezjologicznej⁴⁴. Obraz ten ma wyraźne umocowanie biblijne w listach św. Pawła i Pierwszym Liście św. Piotra⁴⁵. Wskazuje na duchową łączność każdego wierzącego i wszystkich ochrzczonych z Jezusem Chrystusem, jednocześnie podkreśla użyteczność Kościoła dla świata, skoro świątynia jest przestrzenią spotkania z Bogiem i oddawania Mu czci. Obraz ten, choć ma oczywiste konotacje liturgiczne, nie sprowadza całej działalności Kościoła do liturgii: głoszenie jest bowiem składaniem duchowych ofiar, a skoro świątynia jest budowlą, to związek z Chrystusem jest przedstawiany w ten sposób, że Jezus jest kamieniem węgielnym tej budowli⁴⁶. Warunkiem właściwego rozumienia tajemnicy Kościoła jest ukazywanie go jako dzieła jednocześnie Chrystusa i Ducha Świętego, co jest nietrudne do pojęcia na gruncie teologii trynitarnej⁴⁷. W przepowiadaniu wiary, a zwłaszcza w katechezie, moc Ducha Świętego odnawia ją i dynamizuje⁴⁸. Problemem stała się jednak praktyka, w której przedsoborowy chrystomonizm zastępowano posoborowym pneumatomonizmem, co wyrażało się „w alternatywie: albo charyzmat (pneumatologia), albo urząd kościelny (chrystologia)”⁴⁹. Na takie rozumienie miała wpływ jednostronnie pneumatologiczna wizja Kościoła Hansa Künga, ale także odpowiadający jej dość niekontrolowany rozwój wspólnot charyzmatycznych, w których pragnienie przeżycia religijnego, często o podłożu emocjonalnym, było wprost proporcjonalne do braku wiedzy teologicznej i świadomości nauczania Magisterium.

⁴³ A. Dulles, *Models of the Church*, dz. cyt., s. 54.

⁴⁴ J. Bujak, *Kościół jako Świątynia Ducha Świętego. Znaczenie obrazu i konieczne zastrzeżenia*, „Studia Katechetyczne” 19 (2023), s. 126.

⁴⁵ Szerzej na ten temat zob. F. Amiot, *Świątynia*, w: *Słownik teologii biblijnej*, red. X. Léon-Dufour, K. Romaniuk Poznań-Warszawa 1985, s. 967n.

⁴⁶ J. Gnilka, *Teologia Nowego Testamentu*, Kraków 2002, s. 562n.

⁴⁷ J. Bujak, *Kościół jako Świątynia Ducha Świętego...*, dz. cyt., s. 134n.

⁴⁸ T. Panuś, *Katecheza o Kościele i w Kościele – Świątyni Ducha Świętego*, „Studia Katechetyczne” 19 (2023), s. 152.

⁴⁹ J. Bujak, *Kościół jako Świątynia Ducha Świętego...*, dz. cyt., s. 126.

Druga grupa obrazów, które może lepiej byłoby nazwać modelami, pochodzi z systematyzacji dokonanej przez Avery'ego Dullesa. W swojej książce wyodrębnił on pięć modeli Kościoła, wskazując na zakorzenienie ich w Biblii, nauczaniu i refleksji teologicznej, wskazał na ich ograniczenia, a także zalety.

Pierwszym modelem jest ujmowanie Kościoła jako instytucji. Takie ujęcie ma dość słabe podstawy biblijne, niemniej jednak, zwłaszcza pod koniec średniowiecza, a następnie po Soborze Trydenckim, było używane. W koncepcji tej chodziło przede wszystkim o traktowanie Kościoła jako społeczności doskonałej, czyli samowystarczalnej, której cechami charakterystycznymi były: klerikalizm, triumfalizm i jurydyzm. Kościół w tym modelu jawił się jako piramida zarządzana przez papieża, biskupów i duchownych, u podstaw której znajdowali się wierni świeccy, posłuszni wykonawcy poleceń płynących od hierarchii i kleru. Nadto Kościół był armią w szyku uformowanym przeciwko szatanowi i jego sługom, normą słuszności lub niesłuszności działania była zaś norma prawna. Takie ujęcie Kościoła stało się wygodne w czasie, gdy konieczna była obrona wiary. Nie jest jednak do pogodzenia z soborowym i posoborowym nauczaniem na temat Kościoła, generuje pasywność jako ideał życia, przeakcentowuje wartość autorytetu ludzkiego⁵⁰. Należy wszelako podkreślić, że przesada instytucjonalizmu nie przekreśla faktu, że Kościół również jest instytucją, której nie powinno się przeciwstawiać rzeczywistości duchowej⁵¹.

Drugim modelem w systematyzacji Dullesa jest model Kościoła-wspólnoty mistycznej. To dookreślenie jest istotne, chodziło bowiem to, by Kościoła-wspólnoty nie traktować jako społeczności doskonałej, ale tak, jak zwykło się traktować wspólnotę osób, które znają się nawzajem, realizują pewien cel grupowy i pozostają w jakiejś formie wspólnego życia. Nie ulega wątpliwości, że model ten odnosi się do obrazów biblijnych, o których mowa była uprzednio, i w tych obrazach znajduje swoje uzasadnienie. Wskazuje wyraźnie na więź między wierzącymi a Duchem Świętym, jest też owocny w ukazywaniu nieformalnych więzi międzypersonalnych w ramach Kościoła,

⁵⁰ A. Dulles, *Models of the Church*, dz. cyt., s. 35–44.

⁵¹ J. Ratzinger, *Kościół jako świątynia Ducha Świętego*, w: tenże, *Opera omnia*, t. 8, dz. cyt., s. 312.

znajdując oddźwięk w naszych czasach, gdyż stanowi odpowiedź na potrzebę ludzi, by doświadczyć wspólnoty. Z drugiej strony zaś w modelu Kościoła jako wspólnoty mistycznej można odnaleźć tendencję do dzielenia Kościoła. Nadto nie dość jasno zakreśla się różnicę między tym, co widzialne, a tym, co niewidzialne w Kościele. Ten typ eklezjologii nie ukazuje członkom Kościoła jasnego sensu ich tożsamości i misji, prawdziwy Kościół nie jest zaś synonimem Kościoła Rzymskiego, co sprzeciwia się uchwałom II Soboru Watykańskiego⁵².

Próbą pogodzenia i doprowadzenia do syntezy dwóch poprzednich modeli stał się trzeci model – Kościoła jako sakramentu. Teksty soborowe w swoich najważniejszych dokumentach nazwały Kościół mianem sakramentu lub powszechnego sakramentu zbawienia, ujmując to pojęcie w perspektywie chrystologicznej lub eschatologicznej⁵³. Sobór przeciwstawiał się nie tylko spirytualizacji pojęcia Kościoła, ale też ujmowaniu go w kategoriach czysto prawniczych⁵⁴. Stąd uważał za stosowne „przypomnieć, że wszystkie instytucjonalne rzeczywistości mają sens tylko o tyle, o ile odnoszą się do Ducha i do sfery duchowej”⁵⁵. Znaczenie tego modelu sakramentalnego skupia się zatem na fakcie, że Kościół jest znakiem Jezusa Chrystusa, a przez to staje się narzędziem zjednoczenia ludzi z Bogiem i zbawienia świata⁵⁶. Nosicielem rzeczywistości sakramentalnej jest lud Boży, ponieważ gromadzi go i tworzy inicjatywa Boga i Jego łaska⁵⁷. Model ten rozwiązuje problem relacji między widzialną instytucją i wspólnotą łaski: Kościół musi być widzialny, zwłaszcza we wspólnej modlitwie i kulcie, by stać się czytelny dla świata znakiem żywotności łaski Chrystusa. Takie ujęcie daje też wyznawcom ważny powód do identyfikacji z Kościołem. Z drugiej strony jednak model Kościoła jako sakramentu nie jest zakorzeniony w Piśmie Świętym ani w tradycji patrystycznej, nie jest też łatwy do wykorzystania w przepowiadaniu⁵⁸.

⁵² A. Dulles, *Models of the Church*, dz. cyt., s. 47–54.

⁵³ Por. KL 5, 26; KK 1, 9, 48, 59; KDK 42, 45.

⁵⁴ J. Ratzinger, *Kościół jako świątynia Ducha Świętego*, dz. cyt., s. 311n.

⁵⁵ Tamże, s. 312.

⁵⁶ J. Warzeszak, *Misterium Kościoła*, dz. cyt., s. 47.

⁵⁷ Y. Congar, *Kościół jako sakrament zbawienia*, Warszawa 1980, s. 78n.

⁵⁸ A. Dulles, *Models of the Church*, dz. cyt., s. 194n.

Czwartym modelem w systematyce Dullesa jest Kościół ujmowany jako zwiastun-herold. Model ten powstał na gruncie teologii protestanckiej, jednakże po II Soborze Watykańskim znalazł przyjazne środowisko w refleksji katolickiej. Warto zauważyć, że inne określenie identyfikującego Kościół elementu w tym modelu i modelu sakramentalnym. Tym elementem jest nie sakrament, widzialny znak niewidzialnej łaski, lecz słowo. Fundament biblijny takiego ujęcia znajduje się w etymologii słowa Kościół w językach hebrajskim i greckim: Kościół jest Bożym zwołaniem, a zatem jego misją jest głoszenie słowa, które zostało usłyszane, przyjęte z wiarą, zlecone do proklamowania. Nie sposób nie zauważyć wagi tego ujęcia nie tylko dla katechezy czy działalności misyjnej. Przepowiadanie jest zadaniem Kościoła, a stanowiąca podstawę przepowiadania „Biblia jest zrozumiała tylko w kontekście Kościoła”⁵⁹. Model uzasadnia dobrze tożsamość i misję Kościoła, zwłaszcza lokalnego, która opiera się na misji głoszenia słowa, pozwala także na pogłębienie teologii przepowiadania. Słabością modelu jest redukcja słowa do przepowiadania, podczas gdy „Słowo stało się Ciałem”, przez przeakcentowanie świadectwa może zaś prowadzić do zaniedbania działania⁶⁰.

W tym miejscu, w ramach ekskursu, można przywołać ciekawą koncepcję Josepha Ratzingera, który podjął wysiłek pogodzenia modelu sakramentalnego z modelem Kościoła jako herolda. Otóż zauważył, że samo przepowiadanie jest, z jednej strony, zwiastowaniem woli Boga, z drugiej zaś dziękczynieniem, bowiem

doświadczenie dobroczynnej mocy Boga przynagla do jej głoszenia. Tak, jak wielkiego szczęścia – nie można go zatrzymać dla siebie. Dziękujemy mocy Boga przez to, że ją głosimy; człowiek przekazuje doświadczenie swojej wdzięczności i tym samym daje też innym możliwość uczestniczenia w zbawczej mocy, w radości, która z niej płynie. Przepowiadanie jako dziękczynienie (Eucharystia!) stanowi tu jedną całość z czią oddawaną Bogu⁶¹.

⁵⁹ J. Ratzinger, *Kościół jako miejsce przepowiadania*, w: tenże, *Opera omnia*, t. 9: *Wiara w Piśmie i Tradycji*, red. G. L. Müller, K. Gózdź, M. Górecka, Lublin 2018, s. 790.

⁶⁰ A. Dulles, *Models of the Church*, dz. cyt., s. 85–89.

⁶¹ J. Ratzinger, *Kościół jako miejsce przepowiadania*, dz. cyt., s. 785.

W związku z tym wyróżnia dwa rodzaje przepowiadania:

przepowiadanie do już zgromadzonych, którzy uczestniczą w Eucharystii Jezusa i nią żyją oraz wezwanie wykraczające poza te granice, które kieruje się do stojących na zewnątrz i stara się ich zgromadzić w Ecclesię tych, którzy słuchają i dziękują. W obu przypadkach punktem odniesienia przepowiadania jest Ecclesia, ale w każdym z nich w różny sposób. W pierwszym jako proces życiowy już ustanowionego i żyjącego Kościoła, w drugim – jako przekraczający go akt, przez który Kościół na nowo jest tworzony tam, gdzie jeszcze nie istnieje. Dla właściwego życia Kościoła decydujące znaczenie ma to, aby obecne w nim były obydwie formy i aby pozostawały one we właściwej relacji do siebie⁶².

Piąty model wyróżniony przez Dullesa to model Kościoła jako służgi. Różni się diametralnie od modelu Kościoła-herolda, Kościół bowiem wyraża się w nim nie w głoszeniu, ale w działaniu służebnym. Nadto model ten, w przeciwieństwie do czterech poprzednich, skupia się nie na Kościele jako właściwym punkcie odniesienia, ale na świecie: to świat jest obdarzony rozlicznymi przywilejami, Kościół zaś winien stać się jego służgą. W katolickim nauczaniu, choć w postaci nie tak radykalnej, ślady tej myśli można znaleźć w nauczaniu papieża Jana XXIII i konstytucji duszpasterskiej o Kościele w świecie współczesnym II Soboru Watykańskiego. Pozytywnymi elementami takiego ujęcia są przede wszystkim: akceptacja nowej sytuacji, w jakiej Kościół musi działać, troska o naśladowanie Chrystusa, który „był dla innych”, odkrycie na nowo przykazania miłości, szukanie tego, co łączy ze światem. Eklezjologia tego modelu prowadzi do refleksji nad potrzebami Kościoła i świata. Nie można jednak zapominać, że słabymi stronami modelu Kościoła-służgi są: nieprecyzyjność kluczowego terminu „służga”, brak jednoznacznych źródeł biblijnych, obawa uczynienia z Kościoła agencji humanitarnej z jednoczesnym zaniedbaniem troski o głoszoną prawdę, wreszcie niepotrzebne pozbycie się funkcji krytycznej wobec rzeczywistości świeckiej⁶³.

⁶² Tamże, s. 787n.

⁶³ A. Dulles, *Models of the Church*, dz. cyt., s. 91–98.

Słabością zaprezentowanych modeli jest ich jednostronność. Konieczne byłoby zatem traktowanie ich jako aspektów opisujących Kościół, które – zebrane komplementarnie – dają pewny obraz – obraz wielościanu⁶⁴. Jako podsumowanie swojej refleksji nad modelami Kościoła Avery Dulles proponuje ujęcie kompromisowe w postaci rozumienia Kościoła jako wspólnoty uczniów. Nie ma ono charakteru eklektycznego, nie pretenduje także do bycia nowym, zastępującym poprzednie supermodelem, należy bowiem szanować, że Kościół jest tajemnicą, więc żaden z modeli nie wyczerpie treściowo zakresu tego, czym jest⁶⁵. Pojmowanie Kościoła jako wspólnoty uczniów zostało w jakiś sposób zaprezentowane w tekstach soborowych, ponieważ ponad 20 razy nazywają one członków Kościoła uczniami Jezusa. Wartością ujęcia jest ukazanie związku ludzi wierzących z Jezusem Chrystusem, bez popadania w idealizowanie Kościoła, czym groził model sakramentalny⁶⁶. Zgoda na ten rodzaj ujmowania rzeczywistości może jednak prowadzić do pułapki zbyt wysokiego przeciwstawiania Kościoła i świata, co skutkuje niekiedy zbyt wysokimi, przekraczającymi możliwości wymaganiami wobec członków wspólnoty⁶⁷. Oczywiście nie chodzi tu o odarcie życia chrześcijańskiego z radykalizmu, ale raczej wprowadzenie dodatkowych wymogów, choćby konieczności życia w konkretnej wspólnocie religijnej. Co prawda jest to chwalebne, należy jednak pytać, czy konieczne; inaczej – czy człowiek, który praktykuje żywą wiarę, ale nie jest członkiem ruchu, stowarzyszenia czy wspólnoty, będzie przez to złym katolikiem.

Zaprezentowane trzy biblijne obrazy Kościoła oraz sześć jego teologicznych modeli to pewna propozycja, jak prezentować Kościół w przekazie ewangelizacyjnym lub katechetycznym. Warto podkreślić jest to, że każdy z tych elementów tworzy jakby mozaikę: nie wolno żadnego z nich brać jako całość, choć w przekazie kierowanym do rozmaitych osób czy grup można któryś z tych elementów mocniej zaakcentować, by w ostateczności pokazać, że są one jedynie aspektami poznania przybliżającymi do tajemnicy Kościoła.

⁶⁴ Por. AL 4.

⁶⁵ A. Dulles, *Models of the Church*, dz. cyt., s. 206.

⁶⁶ Tamże, s. 223n.

⁶⁷ Tamże, s. 224n.

Słowa-klucze używane w dzisiejszym opisie Kościoła

W prezentowaniu, czym jest Kościół, używa się dzisiaj słów-kluczy, które wskazują, jaki Kościół nie powinien być i jakim winien się stawać. We współczesnej dyskusji wewnątrzkościelnej podkreśla się najpierw, że Kościół ma się wystrzegać prozelityzmu i klerykalizmu, konieczne jest natomiast, by szedł drogą synodalności i inkluzywności. Należy zatem zdefiniować te cztery pojęcia i zastanowić się nad ich nośnością, ukazując ich wartość oraz ograniczenia.

Prozelityzm to „pozyskiwanie i werbowanie dla własnej wspólnoty eklezjalnej członków innej wspólnoty chrześcijańskiej środkami i metodami sprzecznymi z godnością człowieka i duchem Ewangelii”⁶⁸. Działanie to jest negatywnie oceniane przez nauczanie Kościoła, zarówno przez teksty soborowe⁶⁹, jak i papieskie⁷⁰. Jest ono jasno określone jako przeciwne zarówno ewangelizacji, jak i nowej ewangelizacji. Kwestia prozelityzmu komplikuje się jednak, gdy dochodzi do niesprawiedliwych oskarżeń o prozelityzm. Pisał o tym Jan Paweł II w encyklice *Redemptoris missio*:

Dziś wezwanie do nawrócenia, kierowane przez misjonarzy do niechrześcijan, poddaje się pod dyskusję lub przemilcza. Widzi się w nim akt „prozelityzmu”; mówi się, że wystarczy pomagać ludziom, by byli bardziej ludźmi i bardziej wierni własnej religii, że wystarczy budować wspólnoty ludzkie zdolne do działania na rzecz sprawiedliwości, wolności, pokoju, solidarności. Zapomina się jednak, że każdy człowiek, by zrealizować w pełni swe powołanie, ma prawo usłyszeć Dobrą Nowinę Boga, który objawia się i daje siebie w Chrystusie⁷¹.

To oskarżenie o prozelityzm wyraźnie jest czymś przeciwnym wobec misji, stąd nie można się na nie zgodzić. Zgoda na takie ujęcie oznaczałaby,

⁶⁸ L. Górka, *Prozelityzm*, w: *Encyklopedia katolicka*, t. 16, Lublin 2012, kol. 550.

⁶⁹ Por. DM 13; DWR 4.

⁷⁰ Por. DCE 31c; EG 14; ChV 211.

⁷¹ RMi 46.

że Kościół stał się instytucją pożytku publicznego, która – by być tolerowana – ma obowiązek ukrycia orędzia Ewangelii.

Unikanie prozelityzmu, który jest manipulowaniem Ewangelią, musi być połączone ze świadomością misji. Także na gruncie kościelnym pojawia się tendencja, by nadużywać określenia „prozelityzm”, a misjami nazywać prezentowanie własnych i często szlachetnych pomysłów związanych z funkcją *caritas*, ekologią, integralnym rozwojem, pominięciem wezwania do radykalnego nawrócenia, by szukać zbawienia, patrzeć na życie poza horyzont doczesności.

Drugim pojęciem, które jest nie do przyjęcia w działalności Kościoła, jest klerykalizm, czyli

postawa podkreślająca uprzywilejowaną pozycję duchowieństwa jako grupy społecznej w relacjach ze światem; w stosunkach wewnątrzkościelnych jest wyrazem niedowartościowania laikatu w realizacji jego powołania w ramach autonomii rzeczywistości ziemskich; w życiu publicznym przejawia się w dążeniu do umocnienia pozareligijnymi środkami autorytetu i nadprzyrodzonego posłannictwa Kościoła⁷².

Istotna treść tej definicji wskazuje na nieuzasadnioną dominację duchowieństwa, co dotyczy relacji Kościoła ze światem, jak i relacji wewnątrz wspólnoty. W nauczaniu papieża Franciszka mocno akcentuje się przyczynę tego spaczenia, którą jest uznanie posługi kapłańskiej za władzę nad innymi, jakby nie polegała ona na wezwaniu do służby⁷³. W tym miejscu dochodzimy, jak się wydaje, do sedna sprawy, mianowicie rozumienia władzy. Otóż jeżeli władza nie jest rozumiana jako służba, staje się opresywna. Pan pragnie, by między Jego uczniami było inaczej:

mają oni wykazywać się radykalną i kontrkulturową postawą. [...] Jezus nie zaprzecza, że w ustanawianej przez Niego wspólnocie, czyli Kościele, będą urzędy wiążące się z władzą. Nie odrzuca też dążenia do wielkości,

⁷² P. Nitecki, *Klerykalizm*, w: *Encyklopedia katolicka*, t. 9, Lublin 2002, kol. 128.

⁷³ Por. EG 102; ChV 98.

jakie leży głęboko w ludzkich sercach. Ujawnia natomiast, że jedyną drogą do wielkości jest naśladowanie Go w Jego pokornej i samouniżającej się miłości. Mentalnością, na której ma się opierać sprawowane w Kościele przywództwo, musi być postawa służby (diakonia), całkowitego nastawienia się na dobro innych, bycia na ich usługi, dbania o ich najdrobniejsze potrzeby⁷⁴.

Ta zasada dotyczy zarówno kleru, jak i świeckich, stąd antidotum na klerykalizm nie stanie się próba likwidowania stanu duchownego, co zresztą byłoby sprzeczne choćby z nauczaniem II Soboru Watykańskiego⁷⁵. Klerykalizm trzeba widzieć w szerszej perspektywie: niewłaściwego rozumienia władzy, ale także odniesienia wiernych wszystkich stanów do Kościoła. Nikt bowiem nie może uzurpować sobie panowania nad Kościołem, bo w Kościele Pan jest jeden – jest nim Jezus Chrystus.

To prowadzi do skutków praktycznych, choćby tego, by właściwie rozumieć, na czym polega jedność Kościoła. Otóż, jak zauważa Ratzinger:

należy wykluczyć takie pojęcie [Kościoła], w którym unikanie konfliktów staje się najwyższą wartością duszpasterską. Wiara zawsze jest także mieczem i dla dobra prawdy i miłości może doprowadzać do konfliktów (zob. Mt 10, 34). Koncepcja jedności Kościoła, w której konflikty z góry wyklucza się jako polaryzującą, a pokój kupuje się za cenę rezygnacji z pełnego świadectwa, szybko okaże się zwodnicza⁷⁶.

Trzeba pamiętać, że autorytet kapłański jest ważny i dla księży, i dla świeckich, ale stanowi rzeczywisty autorytet, o ile zadania kapłana są przeżywane jako służba miłości. Obowiązkami są: głoszenie słowa, szafarstwo sakramentalne i przewodniczenie wspólnocie. Brak wypełniania tych zadań będzie prowadzić do nierealizowania powołania kapłańskiego.

⁷⁴ M. Healy, *Ewangelia według św. Marka. Katolicki komentarz do Pisma Świętego*, Poznań 2020, s. 235.

⁷⁵ Por. KK 8.

⁷⁶ J. Ratzinger, *Ruchy kościelne i ich teologiczne miejsce*, w: tenże, *Opera omnia*, t. 8, dz. cyt., s. 356n.

Jednocześnie nie sposób pominąć problemu klerykalizacji świeckich, czyli braku właściwego rozróżnienia kapłaństwa chrzcielnego wierzących i urzędowego, otrzymanego przez sakrament kapłaństwa. W tle pojawia się groźna mentalność, sprowadzająca kapłaństwo do zawodu, uznanie go jedynie za funkcję, może na jakiś czas; w takiej perspektywie mówienie o wiecznej łączności kapłana katolickiego z Chrystusem zostanie potraktowane jako akt wywyższania się księży, bo Kościołem winni rządzić nie-kapłani. Trzeba wciąż przypominać jasną wykładnię nauczania: kapłaństwo udzielane jest na wieczność, nie można go traktować funkcjonalnie – jako zawodu.

Pierwszą postawą zalecaną dla Kościoła jest synodalność. Zdefiniowana została w dokumencie Międzynarodowej Komisji Teologicznej z roku 2018 następująco:

Kościół jest nazywany „de Trinitate plebs adunata” i jako Lud Boży został powołany i upoważniony, aby skierować swoją misyjną drogę „ku Ojcu, przez Syna, w Duchu Świętym”. [...] W darze i zaangażowaniu komunii znajduje się źródło, forma i cel synodalności, o ile wyraża specyficzny „modus vivendi et operandi” Ludu Bożego w odpowiedzialnym i uporządkowanym uczestnictwie wszystkich jego członków w rozeznawaniu i realizacji jego misyjnych dróg. W praktykowaniu bowiem synodalności konkretyzuje się powołanie osoby ludzkiej do przeżywania komunii, która urzeczywistnia się przez bezinteresowny dar z siebie w zjednoczeniu z Bogiem i w jedności z braćmi i siostrami w Chrystusie⁷⁷.

Określenie to w sposób chyba najpełniejszy wyjaśnia znaczenie synodalności dla człowieka wierzącego: odkrywanie swego powołania w jedności z Bogiem oraz całym Kościołem. Ochrzczony, który odczytuje swoje powołanie życiowe i umacnia je, buduje Kościół zgodnie z zamysłem Jezusa Chrystusa. Chodzi zatem o realizowanie w życiu dwóch wektorów

⁷⁷ Międzynarodowa Komisja Teologiczna, *Synodalność w życiu i misji Kościoła*, 2 marca 2018, 43. Na temat dokumentu zob. szerzej J. Bujak, *Nauczanie papieża Franciszka o synodalności w kontekście współczesnej refleksji teologicznej i ekumenicznej*, „Collectanea Theologica” 2021, nr 1, s. 59–64.

działania: trwania we własnym powołaniu oraz szukania woli Chrystusa, bo tylko On, jest Panem Kościoła. Cel procesu synodalnego w Kościele jest jasno określony: zbawienie, ku któremu prowadzi nie tyle subiektywny konstrukt w postaci „naszego Kościoła”, lecz Kościół Boży zwołany przez Zbawiciela. Tak synodalność – której początki wiążą się z tzw. Soborem Jerozolimskim⁷⁸ – rozumiał Nowy Testament, tak też synodalność rozumiano w czasach patrystycznych⁷⁹.

Metoda synodalna proponowana przez Sekretariat Synodu została zaproponowana w postaci kilku kroków⁸⁰. Najpierw winna być zagwarantowana szczerość komunikacji w Kościele, co nie może oznaczać zgody na promowanie błędu, zagłuszanie ducha proroctwa, zastąpienia głoszenia Ewangelii sprawnością komunikacyjną. Bardzo istotne jest wykorzystanie kompetencji zawodowych katolików i ich zaangażowania, co nakłada na Kościół konieczność formowania ich do przeżywania tego zaangażowania w logice misyjnej. Jednocześnie należy pamiętać, że zaangażowanie Kościoła i jego wiernych w istotne projekty doczesne nie może przysłonić celu zasadniczego – zbawienia. Metoda synodalna zakłada dialog, którego podstawowymi cechami są: jasność, łagodność, zaufanie i roztropność⁸¹. Ma on być wytrwałym poszukiwaniem prawdy Bożej, by pod jego pozorem nie doszło do zniszczenia własnej tożsamości katolickiej. Dialog bowiem to wspólne podążanie za wolą Boga, która nas przerasta i domaga się posłuszeństwa, a także za prawdą, którą należy przede wszystkim adorować⁸². Metoda synodalna dodaje do tego, co zostało uprzednio powiedziane na temat władzy, że jest nie tylko służbą, ale jej podmiotem jest Bóg. Ta świadomość winna dotyczyć świeckich, osób zakonnych, kapłanów, w tym biskupów i papieża.

⁷⁸ J. Kręcidło, *Biblijne podstawy synodalności*, dz. cyt., s. 40–43.

⁷⁹ Zob. J. Grzywaczewski, *Tradycja synodalna w pierwszych wiekach*, w: *Synodalność wyzwaniem dla Kościoła w Polsce*, dz. cyt., s. 71–96.

⁸⁰ Sekretariat Generalny Synodu Biskupów, *Dokument przygotowawczy XVI Zwyczajnego Zgromadzenia Ogólnego Synodu Biskupów „Ku Kościołowi synodalnemu: komunია, uczeŝtnictwo i misja”*, 7 września 2021, 30. Szerzej na temat metody synodalnej zob. P. Tomasił, *Katechetyczny wymiar synodalności*, w: *Synodalność wyzwaniem dla Kościoła w Polsce*, dz. cyt., s. 122–128.

⁸¹ ES 81.

⁸² Por. R. Guardini, *Wyznanie wiary*, Poznań 2013, s. 161–163.

Metoda synodalna domaga się także przejrzystości w podejmowaniu decyzji, co suponuje zakorzenienie ich w Tradycji, niesprzecznosc z słowami Pisma oraz prawdą chronioną i odślanianą przez dogmat.

Ważną kwestią jest, by do procesu synodalnego i synodalności podejść realistycznie. Najpierw, by jasno rozumieć, że określenie „Kościół synodalny” ma dużo mniejszą nośność treściową, aniżeli określenie, że Kościół jest „jeden, święty, powszechny i apostołski”. Inaczej mówiąc, synodalność jest drogą wyrażającą odpowiedzialność za wspólnotę Kościoła i za wspólną wiarę. Zatem proces synodalny nie może być traktowany jako zagrożenie, w nim Lud Boga wyraża bowiem siebie, gromadzi się, by słuchać głosu Pana, poddawać się powiewowi Ducha Świętego. To stanowi dużą wartość. Jednak nieprawidłowe rozumienie Kościoła jako Ludu Bożego może czynić ten proces bezużytecznym. Kwestię tego, jak rozumieć synodalność, rozwinął Joseph Ratzinger. W roku 1982 apelował w jednym z opracowań, aby rzeczywistość bycia chrześcijaninem nie rozplynęła się w nieustannym dyskusowaniu: „Gdy sobór staje się modelem dla chrześcijaństwa w ogóle, wówczas nieustanna dyskusja o tematach chrześcijańskich jawi się jako treść bycia chrześcijaninem; ale właśnie to sprzeciwia się sensowi bycia chrześcijaninem”⁸³. I nie jest to sprzeciw wobec zabierania głosu przez lud, bowiem „nigdy nie powinniśmy zapominać, że dzięki Chrystusowi jesteśmy wspólnotą braci, w której zawsze będzie istniało także prawo i obowiązek braterskiego upomnienia”⁸⁴. Tyle że nie należy mówienia o chrześcijaństwie utożsamiać z byciem chrześcijaninem:

Namiętne angażowanie się ludzi w dyskusje synodalne nie przynosi zbyt wielu korzyści – podobnie jak nie ten staje się sportowcem, kto angażuje się w powstanie Komitetu Olimpijskiego. Wierzącym wcale nie zależy na aktualnych informacjach, w jaki sposób biskupi i księża sprawują swe urzędy. Dla nich najważniejsze jest, aby wiedzieć, czego chce od nich Bóg w życiu i śmierci. Kościół, o którym mówi się za dużo, sam nie mówi o tym, o czym

⁸³ J. Ratzinger, *Bilans okresu posoborowego – niepowodzenia, zadania, nadzieje*, w: tenże, *Opera omnia*, t. 7, dz. cyt., s. 954n.

⁸⁴ Tenże, *Krytyka Kościoła? Uwagi dogmatyczne: Kościół świętych – Kościół grzeszników*, w: tenże, *Opera omnia*, t. 8, dz. cyt., s. 452.

powinien (...). Istnieje katolicyzm papierkowy, urzędowy, katolicyzm obrad, posiedzeń i przemówień i przygnębionych, nie znoszących samych siebie funkcjonariuszy⁸⁵.

W synodalnej wymianie poglądów ciągle należy pamiętać o zasadzie sformułowanej przez św. Ambrożego, że „sprawy kościelne mogą być rozstrzygane jedynie przez Kościół i tylko przed zgromadzeniem wiernych w Kościele”. Zasadę tę powtarzali inicjatorzy udanych reform Kościoła, choćby św. Grzegorz VII. W tym duchu Joseph Ratzinger stwierdza, że właśnie w okresie kryzysu ariańskiego

kościelny lud utrzymał wiarę nicejską przeciw teologiczno-politycznym kompromisom i „postępom” utargowanym przez teologów i hierarchów i sprawdził się w ten sposób jako siła regeneracyjna Kościoła. To będzie obowiązywało także dzisiaj, gdy wiara wspólnot przeciwstawi się kompromisom zarządów kościelnych i konformizmowi niektórych intelektualistów, niesłusznie utwierdzających się jako głos demokracji w Kościele⁸⁶.

W odniesieniu nie tyle do metody synodalnej, co do granic synodalności, warto też mieć na uwadze ostrzeżenie, jakie Ratzinger zapisał w roku 1970:

Koncepcja synodu mieszanego jako stałej najwyższej instancji rządzącej Kościołami narodowych, ze względu na Tradycję Kościoła, jego sakramentalną strukturę i specyficzny cel jest koncepcją chimeryczną. Synod tego typu byłby pozbawiony wszelkiej legalności i należałoby w sposób zdecydowany jednoznacznie odmówić mu posłuszeństwa. Opierałby się on rzeczowo na wręcz niedopuszczalnym podziale władzy święceń i władzy pasterzowania i wyparłby pierwszą z nich do sfery magii, natomiast drugą do sfery świeckości⁸⁷.

⁸⁵ J. Ratzinger, *Demokratyzacja Kościoła?*, w: tenże, *Opera omnia*, t. 12: *Głosiciele słowa i studzy waszej radości*, red. G. L. Müller, K. Gózdź, M. Górecka, Lublin 2012, s. 156n.

⁸⁶ Tamże, s. 173n.

⁸⁷ Tamże, s. 164.

Drugą postawą zalecaną Kościołowi jest inkluzywność. Logikę włączania, czyli inkluzywności, rozwija w swoim nauczaniu papież Franciszek⁸⁸. Stwierdza on mianowicie, że

dzisiaj stajemy przed wielką szansą wyrażenia tego, że jesteśmy braćmi, bycia kolejnymi miłosiernymi Samarytanami, biorącymi na siebie ból porażki, zamiast wzniecania nienawiści i urazy. Jak przygodnego wędrowca naszych dziejów, trzeba nam jedynie bezinteresownego, czystego i prostego pragnienia, aby być ludem, by być stałymi i niestrudzonymi w trudzie włączania, integrowania i podnoszenia tego, kto upadł⁸⁹.

Ukazana jest tutaj wizja dotycząca Kościoła jako Ludu Bożego, który włącza, kierując się miłosierdziem. Ponieważ wiara objawia się w kulturze, stąd papież Franciszek podkreśla, że

zdrowa otwartość nigdy nie przeczy tożsamości. Bowiern żywa kultura, ubogacając się elementami odmiennego pochodzenia, nie tworzy kopii czy zwykłego powtórzenia, lecz włącza to, co nowe, we właściwy sobie sposób. [...] Własna tożsamość kulturowa pogłębia się i ubogaca w dialogu z tymi, którzy się różnią, a autentycznym sposobem jej zachowania nie jest zubażająca izolacja. Świat rozwija się i napełnia nowym pięknem dzięki kolejnym syntezom, dokonującym się między kulturami otwartymi, wolnymi od jakichkolwiek nacisków kulturowych⁹⁰.

Wizja ta mogłaby się wydawać utopijna, dlatego wyjaśnia:

Uznanie każdego człowieka za brata lub siostrę i dążenie do przyjaźni społecznej, która włączałaby wszystkich, nie są czystą utopią. [...] Człowiek może bowiem pomóc potrzebującemu, ale kiedy dołącza do innych w tworzeniu

⁸⁸ Szerzej na temat inkluzywnej eklezjologii pontyfikatu Franciszka zob. S. Rabiej, *Eklezjologia inkluzywna według papieża Franciszka*, „Studia Oecumenica” 2022, s. 23–46.

⁸⁹ FT 77.

⁹⁰ FT 148.

społecznych procesów braterstwa i sprawiedliwości dla wszystkich, wchodzi na pole największej miłości, miłości politycznej⁹¹.

To stwierdzenie potrzebuje wyjaśnienia kontekstu dokumentu, encykliki *Fratelli tutti*, którego jednym z celów było wskazanie, że dobra polityka, czyli przepojona miłością, właśnie włączająca, jest możliwa.

Takie ujęcie inkluzywności rodzi, rzecz jasna, pewne konsekwencje społeczne, najpierw odnośnie pojmowania społeczności. Papież Franciszek zauważa, że „kategoria «lud» jest otwarta. Lud żywy, dynamiczny, z przyszłością, to taki, który jest stale otwarty na nowe syntezy włączając to, co inne. Nie czyni tego, negując siebie, ale z gotowością do mobilizacji, stawiania sobie pytań, poszerzania, ubogacania przez innych, w ten sposób może się rozwijać”⁹². Wspomniane nowe syntezy mają dotyczyć osób żyjących w sytuacjach, które eufemistycznie określa się „nieregularnymi”. Sprawę tę ujmuje papież w adhortacji *Amoris laetitia* następująco:

Osoby ochrzczone, które się rozwiódły i zawarły ponowny związek cywilny, powinny być bardziej włączane we wspólnoty chrześcijańskie na różne możliwe sposoby, unikając wszelkich okazji do zgorszenia. Kluczem duszpasterskiego towarzyszenia im jest logika integracji, aby nie tylko wiedziały, że należą do Ciała Chrystusa, którym jest Kościół, lecz aby mogły mieć tego radosne i owocne doświadczenie. Są ochrzczeni, są braćmi i siostrami, Duch Święty rozlewa w nich dary i charyzmaty dla dobra wszystkich. Ich udział może wyrażać się w różnych posługach kościelnych: trzeba zatem rozeznąć, które z różnych form wykluczenia obecnie praktykowanych w dziedzinie liturgicznej, duszpasterskiej, edukacyjnej oraz instytucjonalnej można przewyciężyć⁹³.

Podjęte działania są ograniczane obawą zgorszenia, lecz sama zasada włączania jest uzasadniana za pomocą Ewangelii. Wszystko ma dokonywać się „w kontekście rozeznania duszpasterskiego, pełnego miłości miłosiernej”

⁹¹ FT 180.

⁹² FT 160.

⁹³ AL 229.

by być gotowym „zrozumieć, przebaczyć, towarzyszyć, czekać, a przede wszystkim włączyć. Jest to logika, która powinna dominować w Kościele, aby doświadczyć otwarcia serc na tych wszystkich, którzy żyją na najróżniejszych peryferiach egzystencjalnych”⁹⁴. Wydaje się, że granica w postaci obawy zgorzenia pozostaje w mocy. Należy jasno rozumieć, czym ono jest. Raczej nie chodzi o uniknięcie krytyki, ale o to, by człowieka włączanego nie uczynić gorszym. Tak bowiem tę kwestię ujmuje nauczanie Kościoła: „Zgorzenie jest poważnym wykroczeniem, gdy uczynkiem lub zaniedbaniem doprowadza się drugiego człowieka do ciężkiego grzechu”⁹⁵. Różnica duszpasterskie, jeśli termin „zgorzenie” i papieska przestroga przed nim są właściwie rozumiane, nie oznacza zatem błogosławieństwa dla życia w grzechu. Nie umniejsza to potrzeby otoczenia troską duszpasterską tych wiernych, raczej chodzi o zintensyfikowanie tej troski, by każda z owych osób „wiedziała i czuła, że Kościół jako wspólnota zbawienia towarzyszy im na niej”⁹⁶. Nie należy zatem kwestii sprowadzać jedynie do sprawy przyjmowania Komunii, bowiem „duszpasterze muszą objąć osoby takie całościową opieką. [...] Nie wolno zapominać, że obok Komunii sakramentalnej istnieją jeszcze inne sposoby pozostawania w łączności z Bogiem”⁹⁷. Uwagi te dotyczą nie tylko kwestii nierozzerwalności małżeństwa, ale także tych wszystkich sytuacji, w których ludzie znajdują się w sytuacji uniemożliwiającej przyjmowanie Komunii. Ta niemożliwość nie oznacza, że generalnie i całościowo są wykluczeni – są włączeni w oddziaływanie miłosiernej miłości Kościoła-Matki.

Warto wreszcie zauważyć, że inkluzywność jest definiowana w opozycji do wykluczenia. Ta myśl została wspomniana w różnych aspektach w adhortacji *Evangelii gaudium*. Papież Franciszek wzywa bowiem, by radość Ewangelii była głoszona bez wykluczeń⁹⁸, by misje generowały nowy styl

⁹⁴ AL 312.

⁹⁵ KKK 2326.

⁹⁶ G. L. Müller, *Świadectwo mocy łaski. O nierozzerwalności małżeństwa i debacie dotyczącej dopuszczenia do sakramentów osób rozwiedzionych żyjących we nowych związkach*, w: *Pozostać w prawdzie Chrystusa. Małżeństwo i Komunia w Kościele katolickim*, red. R. Dodaro, Poznań 2015, s. 159.

⁹⁷ Tamże.

⁹⁸ EG 23.

duszpasterstwa bez wykluczeń⁹⁹, a także by w życiu gospodarczym i politycznym chrześcijanie i cały Kościół przeciwstawiał się ekonomii wykluczenia¹⁰⁰. Sprawę tę papież Franciszek puentuje w adhortacji *Christus vivit* następująco: „Musi być miejsce dla wszystkich tych, którzy mają inne wizje życia, wyznają inne religie lub deklarują, że znajdują się poza perspektywą religijną. Wszyscy ludzie młodzi, nikogo nie wykluczając, są w sercu Boga, a zatem także w sercu Kościoła”¹⁰¹.

Problematyka inkluzywności pojawiła się także w *Dokumentie roboczym do etapu kontynentalnego* Synodu o synodalności. Promowano w nim – już w tytule – powiększenie przestrzeni namiotu Kościoła¹⁰². Sformułowanie to jest zaczerpnięte z Iz 54, 2, umieszczone bezpośrednio po IV Pieśni Sługi Pańskiego. Śmierć Sługi Jahwe jest zapowiedzią triumfu Boga, który to triumf odnosi się wprost do Jerozolimy. Jest ona przyrównywana „do bezdzietnej niewiasty lub raczej do tej, która utraciła swe dzieci. Paradoks zbawczej proklamacji polega na tym, że stolica podobna do oddalonej niewiasty stanie się matką potomstwa liczniejszego niż w okresie swego małżeństwa”. Stąd kierowane do niej jest „wezwanie, by zatroszczyła się o miejsce dla swego przyszłego potomstwa, poszerzając swe namioty”¹⁰³. Przywołana analogia nieplodnych kobiet Starego Przymierza: Sary, Racheli, żony Manoacha czy Anny, podkreśla fakt, że „wszystkie urodziły dzieci dzięki szczególnej Bożej obietnicy”. Stąd „nieplodna Jerozolima także zaludni się dziećmi, jeśli przyłączy się do wiary swoich przodków”¹⁰⁴. Należy zatem dostrzec ciągłość pomiędzy postacią Sługi Pańskiego a płodnością Jerozolimy: nowy „lud narodzi się dzięki

⁹⁹ EG 35. O nastawieniu misyjnym parafii zob. M. Tutak, T. Wielebski, *Ku Kościołowi synodalnemu w Polsce. Komunia – uczestnictwo – misja*, w: *Synodalność wyzwaniem dla Kościoła w Polsce*, dz. cyt., s. 288n.

¹⁰⁰ EG 53.

¹⁰¹ ChV 235.

¹⁰² Por. Sekretariat Generalny Synodu, „*Powiększ przestrzeń swojego namiotu*”. *Dokument roboczy do etapu kontynentalnego*, 24 października 2022, 11.

¹⁰³ L. Stachowiak, *Księga Izajasza. Tłumaczenie z komentarzem*, w: *Biblia lubelska*, red. L. Stachowiak, J. Kudasiewicz, Lublin 1991, s. 244.

¹⁰⁴ J. Jensen, W. H. Irwin, *Księga Izajasza*, w: *Katolicki komentarz biblijny*, red. R. E. Brown, J. A. Fitzmyer, R. E. Murphy, W. Chrostowski, Warszawa 2001, s. 666.

samemu Bogu, Stworzycielowi i Oblubieńcowi Syjonu”¹⁰⁵. I ten właśnie kontekst wyznacza właściwe rozumienie owego cytatu. Namiot pozostaje miejscem obecności Boga, zatem owo rozszerzenie ma stać się dziełem Boga, nie samego człowieka; dlatego rozszerzenie namiotu nie oznacza wpuszczania do Owczarni Pana drapieżnych wilków (por. Dz 20,29).

Odpowiedź katechetyczna

Jednym z celów niniejszego artykułu jest udzielenie odpowiedzi na pytanie, w jaki sposób przekaz wiary, w tym katecheza, może kształtować właściwy obraz Kościoła. Chodzi o obraz prawdziwy, nieunikający trudnych spraw, ale też niepopadający w przesadę dostrzegania błędów czy pomijania okoliczności czasu.

Pierwsze zagadnienie, na jakie należy zwrócić uwagę, to przygotowanie uczniów do rozpoznawania i rozbijania technik manipulacyjnych. Ta kwestia ma charakter ogólnoedukacyjny. Nie chodzi jednak o takie nastawienie adresatów przepowiadania wiary, by byli zupełnie nieufni. Ważne jest raczej, by nie zakładając złej woli adwersarzy, nie okazywali niepotrzebnej naiwności. Owszem, dzisiaj media, również te, które kładą duży nacisk na interakcję, są miejscem, w którym można paść ofiarą działań manipulacyjnych. Często bazują one na modnym w dzisiejszych czasach zastąpieniu rozumowania przekazem emocjonalnym. To także dotyczy narracji o Kościele i w Kościele. Stąd potrzeba wdrażania katechizowanych w spokojny dyskurs, stawiający rację przed emocjami.

Ów racjonalny dyskurs nie może być jednak zimny lub teoretyczny. Bardzo istotne jest, by był przepojony czynną miłością do Kościoła. A miłość to nie tyle uleganie stanom emocjonalnym, czułość, ale pragnienie dobra, widzenie go w perspektywie celu ostatecznego człowieka.

W tym racjonalnym i pełnym miłości dyskursie trzeba używać biblijnych obrazów i teologicznych modeli Kościoła, zdając sobie sprawę z tego,

¹⁰⁵ A. M. Pelletier, *Księga Izajasza*, w: *Międzynarodowy komentarz do Pisma Świętego*, red. W. F. Farmer, W. Chrostowski, Warszawa 2001, s. 875.

że w jakiejś mierze każdy z nich opisuje Kościół. Nie czyni tego jednak w pełni – do pewnych adresatów trafi lepiej, do innych gorzej, znajomość i używanie wszystkich obrazów biblijnych i modeli teologicznych natomiast, przy jednoczesnym rozumieniu ich wartości i ograniczeń, daje z grubsza realny obraz.

Ważne jest także w tym dyskursie, by właściwie rozumieć słowa-klucze dotyczące Kościoła. Zapewne w przyszłości pojawią się nowe, obecnie najczęściej są wymieniane te, które omówiłem w niniejszym artykule. Tu znowu chodzi o właściwe rozumienie pojęć, o niedopuszczenie do tego, by jedno z nich stały się pałąką do okładania adwersarzy dyskusji, inne do usprawiedliwienia braku miłości do Kościoła. Trzeba wciąż mieć na uwadze konieczność porzucania tych pól, na których konflikt jest niepotrzebnie podsycany, ale też miejsc, w których – z powodu niewłaściwie rozumianego irenizmu – będzie rozwadniane pojęcie Kościoła i jego misji.

Istnieje też problem dotyczący krytyki Kościoła, w której biorą udział także wierzący. Nie zawsze jest ona pozbawiona podstaw, ale konieczne jest wychowanie do patrzenia na Kościół jako nie tylko wspólne dobro wierzących, ale przede wszystkim dar od Boga, który został powierzony uczniom Pana. To ujęcie pozwala na podejmowanie krytyki tego, co dzieje się w Kościele, która nie będzie oznaczała odrzucania Kościoła. Chodzi bowiem o krytykę

nie tylko w imieniu własnych praw i interesów, ale w imieniu wiary, która tak samo zobowiązuje papieża, biskupów, kapłanów i świeckich. Dałoby to też okazję do rzeczywistego wzrostu odwagi, która opiera się sprawującym urzędy i jednocześnie duchowi czasu – rzeczywistej odwagi, nie tej dziś tak bardzo wychwalanej, a tak naprawdę śmiesznej pseudoodwagi, która jest już naiwnym flirtem z opinią publiczną, gdzie uderza się w wyznaczone wcześniej kozły ofiarne, by wzajemnie pogratulować sobie dzielności¹⁰⁶.

Zły przykład krytyki obecnej w mediach, nie może pociągać za sobą zgody, by powtarzać te błędy prowadzące donikąd.

¹⁰⁶ J. Ratzinger, *Kapłan na przelomie czasów*, w: tenże, *Opera omnia*, t. 9, dz. cyt., s. 376.

Trzeba zatem wychowywać do właściwego korzystania z mediosfery, szczególnie logosfery, skoro w chrześcijaństwie przekaz słowa jest tak istotny. Dorobek biskupa Adama Lepy dotyczący tej kwestii, zwłaszcza wychowania do korzystania z mediów i organizowania przez Kościół logosfery¹⁰⁷, wciąż nie został w pełni odkryty. Pozostaje mi wyrazić nadzieję, że niniejszy artykuł choć częściowo wskazał, jak współczesne wyzwania w budowaniu obrazu Kościoła mogą korzystać z myśli biskupa Lepy, mającego tak wielkie zasługi dla rozwoju teologii środków społecznego przekazu na Uniwersytecie, na którym mam zaszczyt pracować.

Biogram

Ks. Piotr Tomasiak – kapłan diecezji warszawsko-praskiej, profesor nauk teologicznych w zakresie katechetyki, prorektor UKSW, kierownik Katedry Katechetyki Fundamentalnej i Materialnej UKSW, wykładowca WSD Diecezji Warszawsko-Praskiej, członek Komitetu Nauk Teologicznych PAN, konsultor Komisji Wychowania Katolickiego oraz koordynator Biura Programowania Katechezy przy Konferencji Episkopatu Polski, redaktor naczelny „Studiów Katechetycznych”, przewodniczący Komitetu Głównego Olimpiady Teologii Katolickiej, duszpasterz w parafii Zwiastowania Pańskiego w Warszawie na Rakowcu Południowym.

Streszczenie

Celem artykułu jest udzielenie odpowiedzi na pytania o to, jaki jest obraz Kościoła w kształtowanej przez media przestrzeni społecznej i w jaki sposób działania katechetyczne mogą ten obraz kształtować. W tym celu autor kolejno przypomina koncepcje, jakie w swoich pracach zawarł biskup Adam Lepsy na temat kształtowania obrazu Kościoła przez media, następnie podejmuje problem teologicznego obrazu Kościoła oraz słów-kluczy, które w ostatnich latach pojawiły się w dyskusji społecznej o Kościele (prozelityzm, klerykalizm, synodalność, inkluzywność), wreszcie formułuje postulaty katechetyczne, które mogą pomóc w budowaniu rzeczywistego obrazu Kościoła.

Słowa kluczowe: katecheza, logosfera, manipulacja, obraz Kościoła, synodalność

¹⁰⁷ Por. A. Lepsy, *Funkcja logosfery w wychowaniu do mediów*, dz. cyt., s. 234.

Summary

The purpose of the article is to answer questions about what is the image of the Church in the social space shaped by the media, and how catechetical activities can shape this image. To this end, the author successively recalls the concepts that Bishop Adam Lepa included in his works on the formation of the image of the Church by the media, then takes up the problem of the theological image of the Church and keywords that have appeared in recent years in the social discussion of the Church (proselytism, clericalism, synodality, inclusiveness), and finally formulates catechetical postulates that can help build a real image of the Church.

Keywords: catechesis, logosphere, manipulation, image of the Church, synodality

Bibliografia

- AL – Papież Franciszek, *Adhortacja apostolska „Amoris laetitia”*, 19 marca 2016.
- Amiot F., *Świątynia*, w: *Słownik teologii biblijnej*, red. X. Léon-Dufour, K. Romaniuk
Poznań–Warszawa 1985, s. 967–969.
- Bachanek G., *Kościół jako Ciało Chrystusa w ujęciu Józefa Ratzingera*, „*Verbum Vitae*”
2005, nr 8, s. 163–185.
- Bujak J., *Kościół jako Świątynia Ducha Świętego. Znaczenie obrazu i konieczne zastrzeżenia*, „*Studia Katechetyczne*” 19 (2023), s. 125–143.
- Bujak J., *Nauczanie papieża Franciszka o synodalności w kontekście współczesnej refleksji teologicznej i ekumenicznej*, „*Collectanea Theologica*” 2021, nr 1, s. 59–64.
- ChV – Papież Franciszek, *Adhortacja apostolska „Christus vivit”*, 25 marca 2019.
- Congar Y., *Kościół jako sakrament zbawienia*, Warszawa 1980.
- DCE – Benedykt XVI, *Encyklika „Deus caritas est”*, 25 grudnia 2005.
- DM – II Sobór Watykański, *Dekret o działalności misyjnej Kościoła „Ad gentes divinitus”*,
7 grudnia 1965.
- Dulles A., *Models of the Church*, New York 1986.
- DWR – II Sobór Watykański, *Dekret o wolności religijnej „Dignitatis humanae”*, 7 grudnia 1965.
- EG – Papież Franciszek, *Adhortacja apostolska „Evangelii gaudium”*, 24 listopada 2013.
- ES – Paweł VI, *Encyklika „Ecclesiam suam”*, 6 sierpnia 1964.
- FT – Papież Franciszek, *Encyklika „Fratelli tutti”*, 3 października 2020.
- Gnilka J., *Teologia Nowego Testamentu*, Kraków 2002.
- Górka L., *Prozelityzm*, w: *Encyklopedia katolicka*, t. 16, Lublin 2012, kol. 550–551.
- Góźdz K., *Istota Kościoła według Josepha Ratzingera*, „*Teologia w Polsce*” 2017, nr 1, s. 5–15.
- Guardini R., *Wyznanie wiary*, Poznań 2013.

- Healy M., *Ewangelia według św. Marka. Katolicki komentarz do Pisma Świętego*, Poznań 2020.
- Jensen J., Irwin W. H., *Księga Izajasza*, w: *Katolicki komentarz biblijny*, red. R. E. Brown, J. A. Fitzmyer, R. E. Murphy, W. Chrostowski, Warszawa 2001, s. 614–676.
- KDK – II Sobór Watykański, *Konstytucja duszpasterska o Kościele w świecie współczesnym „Gaudium et spes”*, 7 grudnia 1965.
- KK – II Sobór Watykański, *Konstytucja dogmatyczna o Kościele „Lumen gentium”*, 21 listopada 1964.
- KKK – *Katechizm Kościoła Katolickiego*, 8 grudnia 1992.
- KL – II Sobór Watykański, *Konstytucja o liturgii „Sacrosanctum Concilium”*, 4 grudnia 1963.
- KompKKK – *Kompendium Katechizmu Kościoła Katolickiego*, 28 czerwca 2005.
- Kopiczko T., *Katecheza o Kościele i w Kościele – Ciele Chrystusa*, „Studia Katechetyczne” 19 (2023), s. 111–123.
- Kręcido J., *Biblijne podstawy synodalności*, w: *Synodalność wyzwaniem dla Kościoła w Polsce*, red. M. Tutak, T. Wielebski, Warszawa 2023, s. 25–48.
- Lepa A., *Etyka mediosfery*, „Annales. Etyka w Życiu Gospodarczym” 2010, nr 1, s. 43–56.
- Lepa A., *Ewangelizacja a świat iluzji*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 2001, nr 10, s. 49–56.
- Lepa A., *Funkcja logosfery w wychowaniu do mediów*, Łódź 2003.
- Lepa A., *Katecheta i świat mitów*, „Katecheta” 1993, nr 2, s. 65–72.
- Lepa A., *Katecheta i świat stereotypów*, „Katecheta” 1985, nr 1, s. 3–12.
- Lepa A., *Manipulowanie człowiekiem jako problem współczesnej pedagogii*, „Ethos” 1992, nr 1, s. 77–87.
- Lepa A., *Media a postawy*, Łódź 2002.
- Lepa A., *Media w świecie słowa*, Częstochowa 2011.
- Lepa A., *Mity i obrazy*, Łódź 1999.
- Lepa A., *Świat propagandy*, Częstochowa 1994.
- Międzynarodowa Komisja Teologiczna, *Synodalność w życiu i misji Kościoła*, 2 marca 2018.
- Müller G. L., *Dogmatyka katolicka*, Kraków 2015.
- Müller G. L., *Świadectwo mocy łaski. O nierozzerwalności małżeństwa i debacie dotyczącej dopuszczenia do sakramentów osób rozwiedzionych żyjących we nowych związkach*, w: *Pozostać w prawdzie Chrystusa. Małżeństwo i Komunia w Kościele katolickim*, red. R. Dodaro, Poznań 2015, s. 143–159.
- Nitecki P., *Klerykalizm*, w: *Encyklopedia katolicka*, t. 9, Lublin 2002, kol. 128–130.
- Pelletier A. M., *Księga Izajasza*, w: *Międzynarodowy komentarz do Pisma Świętego*, red. W. F. Farmer, W. Chrostowski, Warszawa 2001, s. 843–881.
- Rabiej S., *Eklezjologia inkluzywna według papieża Franciszka*, „Studia Oecumenica” 2022, s. 23–46.
- Ratzinger J., *Bilans okresu posoborowego – niepowodzenia, zadania, nadzieje*, w: tenże, *Opera omnia*, t. 7: *O nauczaniu II Soboru Watykańskiego*, red. G. L. Müller, K. Gózdź, M. Górecka, Lublin 2016, s. 946–958.

- Ratzinger J., *Demokratyzacja Kościoła?*, w: tenże, *Opera omnia*, t. 12: *Głosiciele słowa i studzy waszej radości*, red. G. L. Müller, K. Gózdź, M. Górecka, Lublin 2012, s. 149–174.
- Ratzinger J., *Eklezjologia II Soboru Watykańskiego*, w: tenże, *Opera omnia*, t. 8: *Kościół – znak wśród narodów*, red. G. L. Müller, K. Gózdź, M. Górecka, Lublin 2013, s. 235–257.
- Ratzinger J., *Kapłan na przełomie czasów*, w: tenże, *Opera omnia*, t. 12: *Głosiciele słowa i studzy waszej radości*, red. G. L. Müller, K. Gózdź, M. Górecka, Lublin 2012, s. 364–377.
- Ratzinger J., *Kościół jako miejsce przepowiadania*, w: tenże, *Opera omnia*, t. 9: *Wiara w Piśmie i Tradycji*, red. G. L. Müller, K. Gózdź, M. Górecka, Lublin 2018, s. 783–793.
- Ratzinger J., *Kościół jako świątynia Ducha Świętego*, w: tenże, *Opera omnia*, t. 8: *Kościół – znak wśród narodów*, red. G. L. Müller, K. Gózdź, M. Górecka, Lublin 2013, s. 306–315.
- Ratzinger J., *Krytyka Kościoła? Uwagi dogmatyczne: Kościół świętych – Kościół grzeszników*, w: tenże, *Opera omnia*, t. 8: *Kościół – znak wśród narodów*, red. G. L. Müller, K. Gózdź, M. Górecka, Lublin 2013, s. 442–453.
- Ratzinger J., *O genezie i istocie Kościoła*, w: tenże, *Opera omnia*, t. 8: *Kościół – znak wśród narodów*, red. G. L. Müller, K. Gózdź, M. Górecka, Lublin 2013, s. 127–142.
- Ratzinger J., *Ruchy kościelne i ich teologiczne miejsce*, w: tenże, *Opera omnia*, t. 8: *Kościół – znak wśród narodów*, red. G. L. Müller, K. Gózdź, M. Górecka, Lublin 2013, s. 333–357.
- Ratzinger J., *Zadania i kwestie teologiczne omawiane na spotkaniu teologów luteraniskich i katolickich po Soborze*, w: tenże, *Opera omnia*, t. 7: *O nauczaniu II Soboru Watykańskiego*, red. G. L. Müller, K. Gózdź, M. Górecka, Lublin 2016, s. 849–870.
- Sekretariat Generalny Synodu Biskupów, *Dokument przygotowawczy XVI Zwyczajnego Zgromadzenia Ogólnego Synodu Biskupów „Ku Kościołowi synodalnemu: komunია, uczestnictwo i misja”*, 7 września 2021.
- Sekretariat Generalny Synodu, *„Powiększ przestrzeń swojego namiotu”. Dokument roboczy do etapu kontynentalnego*, 24 października 2022.
- Seweryniak H., *Świadectwo i sens. Teologia fundamentalna*, Płock 2003.
- Stachowiak L., *Księga Izajasza. Tłumaczenie z komentarzem*, w: *Biblia lubelska*, red. L. Stachowiak, J. Kudasiewicz, Lublin 1991, s. 244.
- Tomasik P., *Kościół jako Lud Boży. Znaczenie obrazu i konieczne zastrzeżenia*, „*Studia Katechetyczne*” 19 (2023), s. 59–74.
- Warzeszak J., *Misterium Kościoła*, Warszawa 2004.