

Piotr Literski – Uniwersytet Śląski

RECENZJA: ŁĘCICKI GRZEGORZ, *KOŚCIOŁ A MEDIA*, 55 S. [W:] *MEDIA W DUSZPASTERSTWIE*, RED. M. PRZYBYSZ, T. WIELEBSKI, PRZEDM. P. TOMASIK, WSTĘP B. MIERZWIŃSKI, WARSZAWA 2014, WYDAWNICTWO UNIWERSYTETU KARDYNAŁA STEFANA WYSZYŃSKIEGO, S. 117-172

Początki mediów sięgają czasów jeszcze przed Chrystusem. Trzeba jednak przyznać, że to od wynalezienia druku w połowie XV w. nastąpił dynamiczny rozwój środków społecznego przekazu, bez których trudno sobie wyobrazić życie w XXI w. Kościół początkowo podchodził z dystansem do wynalazków, które stały się narzędziem propagandy protestanckiej. Z czasem jednak, odczytując znaki czasu, skłonił się ku wykorzystaniu ich w celach ewangelizacyjnych. W ten sposób papieże XX wieku i ojcowie Soboru Watykańskiego II przez poruszanie kwestii mediów w oficjalnych dokumentach Kościoła dali początek nowej dyscyplinie teologicznej, którą dziś nazywamy teologią środków społecznego przekazu. Chociaż po strukturze uniwersytetów można stwierdzić, że wciąż nie ma ona ściśle przypisanego miejsca wśród dyscyplin teologicznych, tytuł: *Media w duszpasterstwie* wydany przez Wydawnictwo UKSW zdaje się traktować teologię środków społecznego przekazu jako dyscyplinę uprawianą w ramach teologii pastoralnej. Z przedmowy autorstwa Dziekana Wydziału Teologicznego UKSW w Warszawie ks. dr. hab. prof. UKSW P. Tomasika można się dowiedzieć, że książka ma być pierwszym w Polsce interdyscyplinarnym podręcznikiem z pogranicza tych dyscyplin i może stać się pomocą w formacji pastoralnej studentów wydziałów teologicznych oraz kleryków wyższych seminariów duchownych. Niestety, jak zaznacza Tomasik, w niniejszej monografii nie znajdują się odwołania do istotnych dokumentów papieża Franciszka: *Evangelii Gaudium* i *Orędzia na Dzień Środków Społecznego Przekazu* z roku 2014. Istnieje pewna rozbieżność, co do przynależności naukowej tej pracy, bowiem we wstępie ks. prof. dr. hab. Bronisława Mierzwińskiego z UKSW można przeczytać, że zalicza ją do teologii pastoralnej. Trudno zatem stwierdzić czy podręcznik ma być stricte teologicznym opracowaniem czy raczej interdyscyplinarnym przekrojem przez temat mediów. Ostatecznie jednak Mierzwiński określa, że monografia porusza specyficzną sytuację relacji mediów i Kościoła na terenie Polski.

Przedmiotem niniejszej recenzji jest jeden z rozdziałów wspomnianej powyżej monografii autorstwa dr. hab. G. Łęcickiego¹ zatytułowany Kościół a media. Bogaty dorobek naukowy Łęcickiego w zakresie badań nad środkami społecznego przekazu zwieńczony habilitacją w 2013 pozwala żywić nadzieję, że czytelnik ma do czynienia z rzetelną syntezą proponowanego tematu. Tytuł sugeruje, że można by się spodziewać ukazania przez autora stosunku Kościoła do mediów lub stosunku mediów do Kościoła. Z drugiej strony wskazuje także na to, że te dwie rzeczywistości nie są w stanie funkcjonować bez wzajemnego odniesienia.

Łęcicki stawia sobie za cel syntetyczne przedstawienie historii, podziałów i funkcji środków społecznego przekazu, przypomnienie relacji Kościoła do mediów, a także prezentację współczesnego nauczania Kościoła na temat mediów, jak również teologii środków społecznego przekazu, jej wyzwań i perspektyw w dzisiejszym świecie. Od razu pojawia się wątpliwość czy można w merytoryczny i wyczerpujący sposób zrealizować tak wiele dosyć szeroko ujętych celów na pięćdziesięciu pięciu stronach? Zasada domniemania uczciwości naukowej każe jednak odpowiedź na to pytanie umieścić po analizie tekstu.

Pierwsza część rozdziału *Mass media – rozmaitość określeń i definicji* służy zdefiniowaniu pojęcia „media”. Autor przedstawia przekrój synonimów słowa „media”, a także określa relację nadawca-odbiorca jako podstawę mass mediów, trafnie zaznacza przy tym, że Internet zmienił tradycyjne rozumienie tej zależności pomiędzy nadawcą jako stroną aktywną a odbiorcą jako bierną stroną przekazu medialnego. Następnie przedstawione są klasyfikacje mediów. Wśród nich ze względu na: rodzaj percepcji (media przekazujące słowo pisane i media audiowizualne), zaangażowanie odbiorcy (gorące i zimne), własność (publiczne, komercyjne, społeczne), zasięg oddziaływania (globalne, narodowe, regionalne, lokalne).

Drugą część *Krótki zarys historii mediów* autor poświęca analizie historycznej zagadnienia mediów ze szczególnym uwzględnieniem roli Kościoła, której zasadniczą część rozpoczyna od wydarzenia wynalezienia druku w 1455 r. Łęcicki po krótko przedstawia rozwój polskich gazet informacyjnych, którego szczyt umiejscawia w Polsce międzywojennej.

¹ Instytut Edukacji Medialnej i Dziennikarstwa UKSW w Warszawie; apologetyk, teolog kultury, doktor habilitowany nauk teologicznych w zakresie teologii środków społecznego przekazu; badacz mediów audiowizualnych; od 2013 r. kierownik Katedry Teologii Środków Społecznego Przekazu w Instytucie Edukacji Medialnej i Dziennikarstwa na Wydziale Teologicznym Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie.

Spostrzega trafnie, że nakład czasopism katolickich stanowił wtedy ponad jedną czwartą całej prasy. Mniej więcej w tym samym czasie plasuje największą popularność radia, czego świadectwem było utworzenie Radia Watykańskiego w 1931 r. jako narzędzia medialnego Stolicy Apostolskiej. Słuszną jest uwaga, że zarówno prasa, jak i radio były wykorzystywane także przez reżimy totalitarne w celach propagandowych, co zwraca uwagę na zagrożenie płynące z niewłaściwego wykorzystania mediów. Kolejnym z opisywanych mediów jest telewizja, która powstała na kanwie rozwijającej się na początku XX w. kinematografii. Ciekawym jest spostrzeżenie, że popularyzacja tego medium doprowadziła do wszechobecności amerykańskiej kultury masowej, która stała się dla wielu kultur wzorcem i punktem odniesienia. W okresie Polskiej Republiki Ludowej, jak zauważa autor, telewizja odgrywała bardzo negatywną rolę, była bowiem narzędziem przedstawiania fałszywego obrazu rzeczywistości i deprecjonowania przeciwników politycznych. Sytuacja diametralnie jednak się zmieniła w momencie przemian demokratycznych, jakie nastąpiły po 1989 r. i znajduje to wyraz w konkretnych zmianach prawnych oraz powstaniu nowych stacji telewizyjnych (także katolickich), które opisuje Łęcicki. Ostatnie akapity tej części są poświęcone internetowi oraz agencjom informacyjnym, wśród których wymienione są Opoka.org.pl oraz Katolicka Agencja Informacyjna jako bezpośredni udział Kościoła polskiego w tychże mediach.

Funkcjom mediów Łęcicki poświęca zaledwie dwa akapity. Wymienia je bez zagłębiania się w szczegóły. Następną, główną i ostatnią część poświęca Teologii środków społecznego przekazu. Na dwudziestu stronach prezentuje pierwszy okres nauczania Kościoła o mediach (od XV w. do końca XIX w.), który nazywa „obroną ortodoksji”, następnie zmianę podejścia papieża pierwszej połowy XX w., nauczanie Soboru Watykańskiego II o mediach zawarte w szczególności w dekreście *Inter mirifica* o środkach społecznego przekazu, ze szczególnym uwzględnieniem wskazania ojców soborowych, aby wykorzystywać media w misji ewangelizacyjnej Kościoła, a następnie rozwój katolickiej doktryny medialnej, wśród której najczęściej miejsca jest poświęcone nauczaniu św. Jana Pawła II o mass mediach (dziewięć stron).

W podsumowaniu autor przedstawia syntezę rozdziału. Podkreśla, że przedstawione w jego pracy badania dotyczące relacji mediów i Kościoła wskazują na ewolucję stosunku Kościoła do środków społecznego przekazu. W XXI w. jak pisze Łęcicki, mass media nie są już dodatkiem do duszpasterstwa, jak bywało to wcześniej, ale są zwyczajnym elementem działalności ewangelizacyjnej Kościoła. Podkreśla, że obecność mediów w życiu współczesnych niesie za sobą szanse i zagrożenia, które z uwagą obserwują teologowie.

Kończy swój wywód wskazaniem, że kolejnym problemem, z którym Kościół będzie się mierzył jest cyberprzestrzeń i relacja pomiędzy światem rzeczywistym a wirtualnym.

Odnosząc się do samej struktury tekstu, należy stwierdzić, że podział tekstu jest niejasny. Wydawałoby się bowiem, że autor zaznacza tytuły podrozdziałów pogrubionymi, wielkimi literami, a punkty w danym podrozdziale pogrubioną czcionką pisaną z małej litery, lecz skąd w takim razie podrozdział zawierający zaledwie dwa akapity i mieszczący się na połowie strony *Funkcje Mediów*? Można przypuszczać, że to błąd redakcyjny, ale przeczy temu fakt, że punkt w podrozdziale *Nauczanie Jana Pawła II o mass mediach* jest rozpisany aż na dziewięciu stronach. Zatem albo autor zupełnie nie zachował proporcji w długości tekstów, albo zabrakło konsekwencji w edycji tekstu, albo nastąpiły rażące błędy redakcyjne. Dodatkowy nieporządek powoduje brak numeracji podrozdziałów i punktów w nich umieszczonych. Jest to negatywną stroną tekstu, który staje się w ten sposób trudny w interpretacji, ponieważ nie wiadomo które treści są dla autora najbardziej istotne - czy te, które są rozpisane na większej ilości stron czy te, których tytuł jest zapisany pogrubionymi wielkimi literami. Jeśli miałyby to być rozdział w podręczniku do teologii środków społecznego przekazu, treści musiałyby być dużo bardziej usystematyzowane.

Wspomniany zamęt powoduje, że również realizacja celów zamierzonych przez autora nie doszła do skutku. Łęcicki rzeczywiście w sposób syntetyczny podaje czytelnikowi historię i podziały środków społecznego przekazu, co jest cenne jeśli chodzi o wprowadzenie czytelnika w zagadnienia związane z teologią tychże środków. Jednak brakiem treściowym jest pominięcie historii polskiej prasy (znów – niekonsekwencja, ponieważ w przypadku pozostałych mediów autor osobno opisuje ich rozwój na terenie Polski). Natomiast funkcje mediów podaje w sposób skrótowy, bez analizy tak ważnego zagadnienia, a sam podrozdział wydaje się nie mieć związku z tym, co znajduje się przed i po nim. Jest to jakaś próba realizacji celu opisanego na początku rozdziału, lecz zupełnie niewystarczająca dla pełnego zrozumienia, co autor ma do przekazania. Dodatkowo autor prezentuje jakąś teorię spiskową o „mediokracji”, zupełnie nie tłumacząc jakie są podstawy tego twierdzenia, ani w jaki sposób konkretnie media oddziałują na rzeczywistość. Ten fragment pracy jest jej najsłabszym punktem, ponieważ zdaje się nie wprowadzać żadnych nowych treści, a jedynie zarysowuje niejasny obraz funkcji spełnianych przez środki społecznego przekazu. Możliwe, że autor uznał, iż cel ten został zrealizowany w poprzedniej części, historycznej, dlatego jednak zdecydował się stworzyć na ten temat osobny podrozdział?

Kolejnym celem autora było przytoczenie współczesnego nauczania Kościoła na temat mediów. Łęcickiemu udało się przedstawić ten problem w sposób ewolucyjny, co sam podkreślił w podsumowaniu. Jest to cenna metoda, która ukazuje ciągłość nauczania, które przedstawione w niewłaściwy sposób mogłoby się wydawać ze sobą sprzeczne. Zasadniczo wymienił i omówił wszystkie ważne dokumenty Kościoła dotyczące zagadnienia.

Niestety Łęcicki przedstawia teologię środków społecznego przekazu w zasadzie jedynie w oparciu o osobę Jana Pawła II i jego nauczanie. Oczywiście imponuje znajomość życiorysu papieża Polaka i tego, co mówił o środkach społecznego przekazu, lecz należy powiedzieć, że takiego postawienia sprawy nie można nazwać syntetyczną prezentacją teologii środków społecznego przekazu. Jedyne, co z tego celu udało się autorowi zrealizować to wskazanie wyzwań i perspektyw z tej dziedziny. Natomiast w ogóle nie przedstawił żadnej klasyfikacji tej dziedziny, jej definicji, zadań, ani przedmiotu.

Czytelnik może zatem czuć się nieco oszukany, ponieważ cele, które zostały nakreślone na początku zostały zrealizowane tylko częściowo. W trakcie lektury okazuje się jednak, że autor poświęca wiele miejsca zagadnieniom, których na początku nie wymienia. Dodatkowo tytułowa relacja pomiędzy mediami a Kościołem w ogóle nie jest poruszona w tekście wprost. Jest to negatywna strona tekstu Łęcickiego, który jak się wydaje, wiele pisze o sprawach, które wcześniej poruszał w swoich pracach badawczych (np. nauczanie Jana Pawła II), pomija jednak te, które nie były przedmiotem jego badań (np. funkcje mediów). Świadczy to na jego niekorzyść, pojawia się bowiem pytanie, czy tekst cokolwiek wnosi do świata nauki?

Tekst nie jest wolny od osobistych przekonań autora, których niestety w żaden sposób nie uzasadnia, ani nie argumentuje uznając najprawdopodobniej, że są to tezy powszechnie akceptowane, nie wymagające komentarza, co również podważa wartość naukową tej pracy. Na s. 120 opisuje media komercyjne jako złe („nastawione głównie na zysk”), a publiczne i społeczne jako dobre (reprezentujące wartości, spełniające misję), choć sam później stwierdza, że media publiczne w PRL nie były jednoznaczne pod względem etycznym. Brakuje uzasadnienia tej tezy. Autor zupełnie nie docenia roli Internetu, nie zauważa, że stare media zdają się mieć coraz mniejszy wpływ na rzeczywistość. Widzi Internet jako problem, który dopiero stoi przed nami jako ludzkością, tymczasem nie zauważa, że dotyczy już wielu sfer życia, od zakupów, przez naukę i życie osobiste, aż po duszpasterstwo.

Praca *Kościół a Media* jest owocem wieloletniej pracy naukowej G. Łęcickiego. Choć nie jest wolna od wad należy przyznać, że jest jedną z pierwszych publikacji o tematyce

środków społecznego przekazu w zakresie teologii pastoralnej. Należy nadmienić, że choć nie jest najlepszą formą przedstawienia zagadnienia w podręczniku dla studentów teologii, to zawiera dosyć skondensowaną wiedzę, szczególnie z zakresu historii mediów. Tekst świetnie spełniałaby swoją rolę gdyby materiał był nieco bardziej uporządkowany i lepiej zredagowany, a niektóre kwestie bardziej rozwinięte.