

KS. EDWARD WISZOWATY

PRZEPOWIADANIE HOMILIJNE W SPOŁECZEŃSTWIE MEDIALNYM

THE HOMILY IN THE IN CONTEMPORARY MEDIA SOCIETY

A b s t r a c t. In the latter part of the twentieth century, a French preacher expressed the opinion that the re-discovery of the homily was one of the most significant theological discoveries of the present generations. Along with the shaping of the media society, in which widely understood media have become a human environment, there appeared a doubt whether the homily will not lose its meaning again. In this article the author asks the question: In this new reality is the voice from the pulpit likely to be the case as having significance and still being the obliging word of God? Not pretending to find a definitive answer, he points out the necessity of including the in-depth homiletic reflection. He indicates that the media society is not only the external environment in which man lives, maintaining their perceptual constant structure but it is a phenomenon deeply transforming man and his relation to reality. Against this background, the author shows the necessity to adjust the homily to this new reality.

Key words: homily, the media, the media society.

Andreas Heller, współautor rozdziału poświęconego informatyzacji, w tomie IV *Teologii pastoralnej* opracowanej przez prof. Paula M. Zulehnera, pisał:

Telefon, radio, telewizja są dla nas już czymś oczywistym. Jednakże postęp technologiczny otwiera przed nami wciąż nowe możliwości. W przewidywalnej przyszłości telefon będziemy mogli nosić jako bransoletkę. Gazetę będzie można wydrukować w domu. W celu zrobienia zakupów nie będzie się szło do sklepu,

Ks. prof. dr hab. EDWARD WISZOWATY – UWM, kierownik Katedry Teologii Dogmatycznej i Fundamentalnej Wydziału Teologii, Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie; e-mail: edwisz@op.pl

lecz wystarczy w domu złożyć zamówienie przez komputer. Również zapłaty dokonamy za pomocą elektronicznego rozliczenia. Wiele osób już dzisiaj może odbierać programy telewizyjne z całego świata, a za pomocą wideo być dyrektorami programowymi własnej telewizji. Będzie możliwe nie tylko odbieranie audycji, lecz również aktywne w nich uczestniczenie. Komunikacja nie będzie już zatem przebiegała jednokierunkowo, lecz interaktywnie. Kształcenie w domu będzie możliwe zarówno dla uczniów, jak i dorosłych [tłum. E.W.]¹.

Wszystko to, zaledwie kilkanaście lat temu wydawało się swego rodzaju futurologią, dzisiaj stało się już faktem. Więcej, technologiczny postęp zdaje się wyprzedzać nawet najśmielsze marzenia, a to co współcześnie określa się mianem rzeczywistości wirtualnej, otwiera przed ludzkością zupełnie nowe, nie do końca rozpoznawalne horyzonty. Człowiek przez tysiąclecia jako rzeczywistość postrzegał otaczający go świat i siebie samego, widząc jej początek (mniej lub bardziej świadomie) w stwórczym akcie Boga². Dzisiaj sam staje w roli kreatora nowego rodzaju rzeczywistości, która jawi się jako nowe środowisko człowieka, ale też – jak „czarna dziura” – grozi wchłonięciem jego samego (wystarczy tu wspomnieć o nowym rodzaju uzależnienia, np. od gier komputerowych)³. Społeczeństwo medialne stało się faktem i to ono, czy człowiek chce, czy nie chce, kształtuje nasze widzenie rzeczywistości, jak również postrzeganie samych siebie. „[...] Szeroko rozumiane media stały się współcześnie środowiskiem człowieka: wirtualność stała się jego rzeczywistością” – pisze socjolog i medioznawca Tomasz Goban-Klas⁴. Czy w tej nowej rzeczywistości ma szansę zaistnieć głos z ambony jako słowo Boże, mające jeszcze jakiegokolwiek znaczenie i zobowiązujące chrześcijanina? Autor niniejszego artykułu nie sądzi, by znalazł wyczerpującą odpowiedź na tak sformułowane pytanie, jednakże dostrzega konieczność podjęcia w tym zakresie pogłębionej refleksji homiletycznej. Refleksja ta powinna obejmować przynajmniej dwa zagadnienia. Pierwsze z nich dotyczy odpowiedzi na pytanie: czym jest współczesne społeczeństwo medialne i jaki jest jego charakter?

¹ P. M. Z u l e h n e r. *Pastoraltheologie*. Bd. 4. *Pastorale Futurologie. Kirche auf dem Weg ins gesellschaftliche Morgen*. Düsseldorf: Patmos Verlag 1990 s. 114.

² W tym miejscu warto przypomnieć stwierdzenie Soboru Watykańskiego I: „[...] naturalnym światłem rozumu ludzkiego można z rzeczy stworzonych poznać Boga [...]” (D 1785).

³ Szerzej na ten temat pisze N. Wolf. *Jetzt ist die Zeit für den Wandel. Nachhaltig leben – für eine gute Zukunft*. Freiburg–Basel–Wien: Herder Verlag 2012 s. 77-82.

⁴ *W stronę społeczeństwa medialnego*. <http://www.up.krakow.pl.ktima/ref2005/globan.pdf>, s. 4 [dostęp: 8.08.2013]. Szerzej zob. także: T. G o b a n - K l a s. *Cywilizacja medialna: geneza, ewolucja, eksplozja*. Warszawa: Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne 2005.

Drugie zagadnienie koncentruje się wokół pytania: jakie są możliwości i ograniczenia, które wiążą się z głoszeniem homilii w społeczeństwie medialnym? Wyżej wymienione kwestie wyznaczają strukturę analiz podjętych w niniejszym opracowaniu. Poprzedzi je, zgodnie z paradygmatem teologicznopastoralnym, krótki zarys istoty przepowiadania homilijnego. Ma on na celu jedynie przypomnienie powszechnie uznanych we współczesnej homiletyce sposobów rozumienia przepowiadania homilijnego.

I. ISTOTA PRZEPOWIADANIA HOMILIJNEGO

Na przestrzeni lat poszukiwano takiej formy przepowiadania, która z jednej strony pozwalałaby zająć się słowu Bożemu z całą jego mocą, z drugiej natomiast odkrywałaby przed samym człowiekiem to wszystko, co stanowi dramatyczny wymiar jego egzystencji, powodujący, że sam dla siebie pozostaje on wciąż pytaniem bez odpowiedzi. Dopiero po Soborze Watykańskim II, po wiekach, nie tylko przypisano homilii uprzywilejowane miejsce pośród różnych form głoszenia słowa Bożego, ale także doprecyzowano jej istotę⁵. Wyraźnie oddzielono przepowiadanie homilijne od kazania, chociaż to pierwsze jest rodzajem kazania⁶. Słusznie podkreślono, że homilia bazuje na wybranych tekstach biblijnych, które są zawarte w czytaniach liturgicznych⁷. Ma ona wyjaśniać sens wybranego (np. na dany dzień liturgii eucharystycznej) fragmentu Pisma Świętego, uwzględniając kontekst całego Objawienia Bożego, treści przeżywanego okresu liturgicznego, sytuację społeczną (w tym potrzeby słuchaczy) i kulturową oraz zasady życia chrześcijańskiego. Często też zawiera wskazania wynikające z konkretnych tekstów biblijnych dotyczące życia⁸.

W definiowaniu przepowiadania homilijnego pomocne okazują się stwierdzenia zawarte w dokumentach soborowych. Za Konstytucją dogmatyczną o Objawieniu Bożym *Dei verbum* homileci słusznie przypominają, że homilia

⁵ Zob. E. W i s z o w a t y. *Od kazania tematycznego do homilii*. „Studia Warmińskie” 39:2002 s. 385-394.

⁶ Kazanie to inaczej nauka moralna, tematyczna, katechizmowa, która zawiera praktyczne wskazówki dotyczące życia chrześcijańskiego „tu” i „teraz” konkretnej grupy adresatów (np. dzieci, młodzieży, dorosłych). Zob. G. S i e k. *Kiedy homilia, kiedy kazanie?* „Homo Dei” 76:2007 nr 4 s. 28-41.

⁷ Szerzej o tym pisze np. S. Dyk. *Homilia jako integralna część liturgii eucharystycznej*. „Zeszyty Naukowe Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego” 48:2005 nr 3 s. 59-69.

⁸ Tamże.

wyłączana podczas liturgii „żywi” się tekstami Pisma Świętego i jako taka zasługuje na szczególne miejsce wśród różnych form nauczania chrześcijańskiego⁹. Odwołując się do *Konstytucji o liturgii świętej*, dodają, że homilia jest częścią liturgii. Przepowiadanie homilijne w ciągu roku liturgicznego bazuje na tekstach biblijnych. Na podstawie tych tekstów wyjaśnia się w homilii tajemnice wiary i zasady życia chrześcijańskiego¹⁰.

Dla pełnego rozumienia istoty przepowiadania homilijnego ważne wydają się również wyjaśnienia zawarte w instrukcji Świętej Kongregacji Obrzędów, zatytułowanej *Inter Oecumenici*. Jest to pierwsza instrukcja o należyтым wykonaniu *Konstytucji o liturgii świętej* (1964). Święta Kongregacja trafnie przypomina, że „przez homilię głoszoną w oparciu o święty tekst rozumie się wyjaśnienie albo jakiegoś aspektu czytań Pisma Świętego, ewentualnie innego tekstu z części stałych lub własnych Mszy św. z dnia, uwzględniając czy to czczoną tajemnicę, czy szczególne potrzeby słuchaczy”¹¹.

W związku z powyższym, na podstawie soborowego nauczania o homilii teologowie postulują, aby przepowiadanie homilijne miało wymiar biblijny¹² i egzystencjalny¹³, a jednocześnie było osadzone w liturgii i mistagogii¹⁴. Podczas homilii kaznodzieja ma nie tylko wyjaśniać sens dosłowny i ogólny fragmentów biblijnych czy też zaznajamiać słuchaczy z głównymi wydarzeniami, istotnymi pojęciami i symbolami świata biblijnego oraz z językiem biblijnym, lecz także ukazywać w sposób przekonujący, że „to, co Pisma opowiadają i głoszą, staje się tu i teraz dla tego zgromadzenia uczniów Pana Jezusa, ludu Bożego. Tak więc głoszący homilię nie może ograniczać się do interpretacji biblijnych fragmentów, ale czerpiąc z nich światło, powinien ukazać słuchaczom interpretację wiary tego, co ma miejsce w tej celebra-

⁹ Sobór Watykański II. Konstytucja dogmatyczna o Objawieniu Bożym *Dei verbum* (18.11.1965). W: Sobór Watykański II. *Konstytucje, dekrety, deklaracje. Tekst polski – nowe tłumaczenie*. Poznań 2002 nr 24 [dalej cyt.: KO]; por. np. W. B r o Ń s k i. *Homilia a ewangelizacja współczesnego świata*. „Roczniki Teologiczne” 54:2007 z. 6 s. 44-55.

¹⁰ Sobór Watykański II. Konstytucja o liturgii świętej *Sacrosanctum concilium* (4.12.1963). W: Sobór Watykański II. *Konstytucje, dekrety, deklaracje* nr 52. [dalej cyt.: KL].

¹¹ Święta Kongregacja Obrzędów. *Inter Oecumenici*. Pierwsza instrukcja o należyтым wykonywaniu Konstytucji o Liturgii świętej z 1964 r. <http://www.kkbids.episkopat.pl/?id=89> [dostęp 9.09.2013] nr 54 [dalej cyt.: IOe].

¹² KL 32, 52; KO 24.

¹³ Sobór Watykański II. *Dekret o posłudze i życiu prezbiterów*. W: Sobór Watykański II. *Konstytucje, dekrety, deklaracje* nr 4 [dalej cyt.: DP].

¹⁴ KL 35, 52.

cji”¹⁵. Do jego zadań należy poruszanie serc i umysłów słuchaczy, czemu służy odnoszenie niezmiennych prawd Ewangelii do konkretnych warunków życia, stosownie do potrzeb uczestników liturgii¹⁶. Kaznodzieja jest też wezwany do tego, „aby każda homilia, niezależnie od poruszanego tematu, była tak kształtowana, by nawiązywała do celebrowanej w danym czasie tajemnicy zbawienia i umożliwiała [słuchaczom – E. W.] czerpanie mocy z misterium paschalnego”¹⁷. Wszystkie te zalecenia, zarówno *Magisterium Ecclesiae*, jak i homiletów – teoretyków, mają na celu troskę o żywe i zrozumiałe, a zarazem skuteczne przepowiadanie homilijne. W trosce o ten cel papież Benedykt XVI w wywiadzie udzielonym Peterowi Seewaldowi podkreślał, że przesłanie wiary należy przedstawiać z perspektywy przychodzącego Chrystusa. Niestety – stwierdza dalej papież – często ten Przychodzący bywa przedstawiany za pomocą prawdziwych, ale zarazem przestarzałych formuł. W kontekście współczesnego modelu życia formuły te już nie przemawiają i zdarza się, że nie są już dla słuchaczy zrozumiałe; albo Przychodzący staje się pusty i pozbawiony treści, albo w fałszywy sposób bywa przedstawiany jako ogólny moralny topos, z którego nic nie wynika i który nic nie oznacza¹⁸. Jeśli do tego dodamy, że pojawił się poważny konkurent religii, bowiem same media zaczęły w ponowoczesnym społeczeństwie pełnić rolę religii¹⁹, postawione we wstępie pytanie o szanse głosu z ambony wydaje się w pełni uzasadnione.

¹⁵ Ch. B i s c o n t i n. *Biblia a homilia*. <http://www.opoka.org.pl/biblioteka/T/TA/TAH/or201104-homilia.html> [dostęp: 9.09.2013] s. 1 p. 2.

¹⁶ DP 4.

¹⁷ L. S z e w c z y k. *Mistagogiczne aspekty w przepowiadaniu piekarskim kardynała Karola Wojtyły*. „Roczniki Pastoralne” 2006 nr 2 s. 27.

¹⁸ *Benedykt XVI w rozmowie z Peterem Seewaldem. Światłość świata. Papież, Kościół i znaki czasu*. Tłum. P. Napiwodzki. Kraków 2011 s. 74-75.

¹⁹ Taką tezę postawił m.in. zmarły już pastor protestancki Horst Albrecht w pracy *Die Religion der Massenmedien*. Stuttgart–Berlin–Köln: Kohlhammer 1993. Wspomniany autor w sposób systematyczny i wyczerpujący przedstawia problematykę mediów z praktyczno-teologicznego punktu widzenia. Zarzuca szeroko rozumianym mediom, że pełnią rolę pseudoreligii. Zob. tamże, zwłaszcza s. 9-16. Charakteryzując przywołaną pracę, ks. Waldemar Kulbat – socjolog i publicysta – pisze: „Zdaniem Horsta Albrechta, bożek religii mediów jest wszędzie obecny, nigdy nie milczy, przeciwnie, wyje on przeraźliwie głośno, pożera bezlitośnie uwagę swoich wyznawców, przywiązuje ich zazdrośnie do siebie, czyni ich niezaspokojonymi, nie pozwala swoim wyznawcom, aby cokolwiek zrozumieli i przejrżeli, zapewnia im brak świadomości nawet pośród potopu informacji”. Zob. http://archidiecezja.lodz.pl/czytelni/kulbat/t3_4.html [dostęp: 16.09.2013]. Oczywiście, wskazanie na religijny charakter środków masowego przekazu możliwe jest tylko w przypadku funkcjonalnego rozumienia religii. Zob. K. D o b e l a e r e. *Socjologiczna analiza definicji religii*. Tłum. J. Siek. W: *Socjologia religii. Antologia tekstów*. Wybór i wprowadzenie W. Piwowarski. Kraków: Nomos 1998 s. 139-153.

II. WOKÓŁ POJĘCIA „SPOŁECZEŃSTWO MEDIALNE”

Termin „społeczeństwo medialne” jest już dzisiaj w powszechnym użyciu, jednakże – jak to się często zdarza w przypadku popularnych określeń – kiedy pytamy o jego treść, pojawiają się trudności ze zdefiniowaniem go, bowiem rzeczywistość, którą w ten sposób określamy, okazuje się wielowarstwowa i złożona. Należy tutaj zwrócić uwagę przede wszystkim na te aspekty społeczeństwa medialnego, które mają znaczenie z punktu widzenia homiletycznego. Aby jednak było to możliwe, niezbędne wydaje się ogólne wprowadzenie do tak zarysowanego tematu.

Samo określenie „społeczeństwo medialne” składa się z dwóch członów. Pierwszy z nich: „społeczeństwo” (łac. *societas*) określa przedmiot naszego zainteresowania, i chociaż jest to jeden z podstawowych terminów w socjologii, jak dotąd, nie ma on powszechnie przyjętej definicji²⁰. W naszych analizach doprecyzowanie tego pojęcia nie jest jednak szczególnie konieczne, na tym etapie wystarczy bowiem jego ogólne rozumienie. Pomijając zatem szczegółowe analizy, można przyjąć, że społeczeństwo to „najszersza zbiorowość terytorialna i całość związków między ludźmi”²¹.

Drugi człon analizowanego określenia wskazuje na szczególny charakter takiego społeczeństwa i tym samym przesądza, o jaki typ (rodzaj) społeczeństwa chodzi. Termin „medialne” wywodzi się z języka łacińskiego i pochodzi od słowa *medius*, które dosłownie oznacza „znajdujący się w środku, położony w środku”²², a zatem wyraża przestrzeń pomiędzy dwoma obszarami, zakresami. Jest to przestrzeń, która nie tyle dzieli, ile łączy, pośredniczy. Można więc stwierdzić, że medium pośredniczy, służy nawiązaniu łączności, sprzyja porozumieniu. Współcześnie to określenie jest używane w bardzo różnych kontekstach. W muzykologii na przykład może być rozumiane jako instrument muzyczny, który pośredniczy między zapisem nutowym a doznaniem estetycznym odczuwanym przez słuchacza. Również książka stanowi

²⁰ Zwykle społeczeństwo określa się jako „zbiorowość ludzką o trwałości ponadpokoleniowej, posiadającą wspólną kulturę, tradycje, system wartości, podział funkcji, mechanizmy kontroli zachowań oraz świadomość odrębności w stosunku do innych zbiorowości”. Zob. *Mały słownik terminów i pojęć filozoficznych dla studiujących filozofię chrześcijańską*. Oprac. A. Podsiad, Z. Więckowski. Warszawa 1983 kol. 363.

²¹ Tamże kol. 818-819. Warto dodać, że w socjologii wyróżnia się różne typy społeczeństw (np. tradycyjne, postindustrialne, globalne, masowe, nowoczesne itp.). Zob. P. S z t o m p k a. *Socjologia. Analiza społeczeństwa*. Kraków: Znak 2002 s. 148-149, 560-563, 509-510, 599.

²² *Słownik łacińsko-polski. Według słownika Hermana Mengego i Henryka Kopii*. Oprac. K. Kumaniecki. Warszawa: PWN 1986 s. 305.

rodzaj medium między myślą autora i oczyma czytelnika. W seansach parapsychologicznych sam człowiek może stać się medium²³.

Współcześnie, mówiąc o mediach, ma się na myśli przede wszystkim masową komunikację medialną, która stała się możliwa dzięki różnym, nowoczesnym technologiom informacyjnym. Widowym znakiem rewolucji w tej dziedzinie jest telefon komórkowy, który przestał być wyłącznie środkiem łączności i stał się podręcznym komputerem, umożliwiającym nie tylko porozumiewanie się, ale również przesyłanie obrazów, nawiązywanie łączności z najbardziej odległymi miejscami na ziemi przez Internet i podejmowanie innych czynności, niezależnie od odległości i niejako „poza czasem”. T. Goban-Klas zauważa, że centralnym założeniem społecznej teorii mediów jest pojęcie „mediacji kontaktu” z rzeczywistością społeczną²⁴. Oznacza to, że komunikacja bezpośrednia (*face-to-face*), która do niedawna miała charakter dominujący, traci swoje znaczenie na rzecz komunikacji zapośredniczonej przez najrozmaitsze media techniczne, a tym samym w znacznym stopniu bezosobowej. Młode osoby, reprezentujące tzw. pokolenie SMS-ów, w ogóle tego nie zauważają, podobnie jak nie dostrzegają, w jakim stopniu są uzależnione od medialnego środowiska, w którym tkwią²⁵. Mediacja kontaktu oznacza więc, że odbiorca nie ma bezpośredniego dostępu do źródła informacji. Co więcej, tego rodzaju komunikowanie się umożliwia formowanie świadomości całych grup społecznych w sposób pośredni, przez osoby niekoniecznie identyfikujące się z tymi grupami. Formowanie świadomości za pomocą nowych mediów rzekomo ma służyć dobru członków określonej społeczności, a w rzeczywistości sprzyja realizacji najczęściej skrytych celów dysponentów danego medium²⁶.

Termin „społeczeństwo medialne” oznacza zatem – jak trafnie ujmuje to ekspert w tej dziedzinie, T. Goban-Klas – „społeczeństwo, w którym dominującą formą kontaktów społecznych nie jest bezpośredniość, ale zapośredniczenie przez media”²⁷. Protestantki teolog-pastoralista W. Gräß z Uniwersytetu w Bazylei, pisząc o społeczeństwie medialnym, trafnie zauważa:

²³ Por. A. Gröger. *Homiletik. Lehrbuch Praktische Theologie*. Band 2. Gütersloh: Gütersloher Verlag-Haus 2008 s. 262.

²⁴ Goban-Klas. *W stronę społeczeństwa medialnego* s. 4.

²⁵ Zob. szerzej np.: C. Guereschi. *Nowe uzależnienie*. Tłum. A. Wiczorek-Niebielska. Kraków: Salwator 2006 s. 197-220; J. Rzyśka. *Uzależnienie od nowych mediów*. „Poznańskie Zeszyty Humanistyczne” 11:2008 s. 81-92.

²⁶ Goban-Klas. *W stronę społeczeństwa medialnego* s. 4.

²⁷ Tamże.

To, co podaje się do publicznej wiadomości, co dotyczy nas wszystkich, o czym się mówi, co jest prawdziwe, w społeczeństwie medialnym zostaje określone za pośrednictwem mediów. O tym, czy coś j e s t r z e c z y w i s t e [podkreślenie: E. W.], rozstrzyga się na podstawie tego, czy można na ten temat przeczytać coś drukowanego, czy istnieją zdjęcia, które można otrzymać drogą elektroniczną. Oczywiście, wciąż ma miejsce osobowa, interpersonalna komunikacja, realizowana także na zasadzie cielesnej współobecności. Jest ona jednak potrzebna tylko do przygotowania i opracowania tego, co ma być wysłane. Ale dokładnie w tym miejscu ukazuje się to, co ma ogólne znaczenie: cała osobowa komunikacja oparta na cielesnej bliskości (bezpośredniości) zawarta zostaje w mediach, które powodują przerwanie interakcji między uczestnikami [tłum. E.W.]²⁸.

Spółczesne społeczeństwo medialne zatem – podkreślić należy to jeszcze raz – kształtuje sposób widzenia rzeczywistości i rozumienia samych siebie przez współczesnych ludzi. Można więc bez żadnej przesady stwierdzić, że „szeroko rozumiane media stały się współcześnie środowiskiem człowieka: wirtualność stała się jego rzeczywistością. Swój dzień powszedni zaczyna on często nie jak dawniej – od modlitwy, lecz od włączenia radia, i kończy go nie modlitwą wieczorną, ale wyłączeniem telewizora lub radia”²⁹.

Wobec wieloaspektowości fenomenu społeczeństwa medialnego trudno w jednym artykule dokonać jego wyczerpującego opisu. Z punktu widzenia homiletycznego niezaprzeczalne znaczenie wydaje się mieć istnienie tzw. cyberprzestrzeni, którą stanowi Internet.

T. Goban-Klas opisuje to medium jako rodzaj ogólnoświatowej agory, gdzie ludzie dalecy stają się sobie bliscy, gdzie nie występuje wyraźny podział na aktorów i widzów, wszyscy bowiem w jakimś sensie mogą stać się uczestnikami procesu komunikacyjnego³⁰. W cyberprzestrzeni traci na znaczeniu przestrzeń i czas, a jednocześnie ma miejsce proces kształtowania się człowieka medialnego, który traktuje obraz jako przekaz nie tyle równorzędny

²⁸ „Was öffentlich ist, was alle angeht, worüber man spricht, was wirklich ist, das wird in der Mediengesellschaft durch die Medien bestimmt. Ob etwas Realität hat, das entscheidet sich danach, ob es darüber Gedrucktes zu lesen gibt, ob es darüber elektronisch zu empfangene Bilder gibt. Natürlich findet immer noch personale, interpersonale Kommunikation auch in leibhafter Kopräsenz statt. Es braucht sie allein schon zur Vorbereitung und Nachbereitung dessen, was gedruckt und gesendet wird. Aber eben genau darin bereits zeigt sich, was allgemein gilt: Es schließt alle leibhaft gebundene, personale Kommunikation an die Medien und die durch sie bewirkte Unterbrechung der Interaktion unter Anwesenden an”. Zob. W. G r ä b. *Sinn fürs Unendliche. Religion in der Mediengesellschaft*. Gütersloh: Kaiser Gütersloher Verlag-Haus 2002 s. 142.

²⁹ G o b a n - K l a s. *W stronę społeczeństwa medialnego* s. 4 n.

³⁰ Tamże s. 5.

w stosunku do książki, ile lepszy, bo dostępny w każdej chwili, niewymagający wysiłku (np. pójścia do biblioteki), prostszy i bardziej atrakcyjny w formie³¹. Już ta, stosunkowo ogólnikowa i wybiórcza, charakterystyka społeczeństwa medialnego nie pozostawia złudzeń, że mamy do czynienia ze zjawiskiem głęboko transformującym człowieka i jego stosunek do rzeczywistości, którego przekaz homilijny nie może nie brać pod uwagę.

III. IMPLIKACJE HOMILETYCZNE

Wszyscy żyjemy w społeczeństwie medialnym – stwierdzenie to można już uznać za swego rodzaju truizm – zatem również słuchacze niedzielnych homilii i kazań są zanurzeni w jego realiach. Ich sposób myślenia i postrzegania rzeczywistości w zdecydowanej mierze kształtowany jest przez media, które niewątpliwie wpływają również na świat przeżyć religijnych, interioryzację lub negację wartości oraz na przekonania i postawy religijne³². Oficjalne nauczanie Kościoła katolickiego od początku dostrzegało tę doniosłą rolę mediów³³, w ślad za tym szła również refleksja teologiczna na ten temat³⁴. Po stronie protestanckiej refleksja teologiczna, podejmująca zagadnienia związane z rolą mediów w procesie rozwoju wiary, pojawiła się najpierw w kręgach anglosaskich³⁵. Niemieckojęzyczna tradycja teologiczna szczególnie wysoko ceniła bezpośredniość i osobowy charakter przekazu wiary (komunikacji religijnej), mediom

³¹ Tamże s. 6.

³² „Telewizja [...] stale dostarcza nam opowieści, pokazuje obrazy, kulturowo programując ludzki umysł przez dostarczanie mu schematów postępowania, norm i kryteriów wartościowania oraz sposobu doświadczania rzeczywistości” – pisze T. Goban-Klas. Zob. tamże.

³³ Zob. np. wykaz dokumentów Kościoła na temat mediów w: <http://presscafe.eu/archives/2711> [dostęp: 25.09.2013]; por. np. B e n e d y k t XVI. Orędzie na 45 Światowy dzień Środków Społecznego Przekazu. *Prawda, przepowiadanie i autentyczność życia w erze cyfrowej* (24.01.2011). <http://www.opoka.org.pl/aktualnosci/news.php?s=opoka&id=35869> [dostęp: 27.09.2013] s. 1-2.

³⁴ Dla przykładu przytoczmy tutaj następujące opracowania: A. B a c z y ń s k i. *Telewizja w służbie ewangelizacji*. Kraków: Poligrafia Salezjańska 1998; G. Ł ę c i c k i. *Media audiowizualne w nauczaniu Jana Pawła II*. Warszawa: Dom Wydawniczy Elipsa 2013; A. N i w i ń s k i. *Środki informatyczne w katechetycznej działalności Kościoła*. Kraków: Wydawnictwo św. Stanisława BM 2004.

³⁵ Zob. np. S. M. H o o v e r. *Mass Media religion: The Social Sources of the Electronic Church*. Newbury Park, Ca: Saga 1988; t e n ż e. *Religion in the Media Age*. New York: Routledge 2006; *Belife in Media: Cultural Perspectives on Media and Christianity*. Red. P. G. Horsfield, M. E. Heress, A. M. Medrano. Burlington: Ashgate Publishing Limited 2004.

natomiast zarzucano w tym zakresie niszczący charakter, dlatego dyskurs teologiczny na ten temat pojawił się w niemieckojęzycznej refleksji teologicznej stosunkowo późno³⁶. Obecnie odchodzi się od tej negatywnej oceny, zwracając uwagę, że komunikacja o charakterze czysto personalnym po prostu nie istnieje, bowiem zawsze jest zapośredniczona przez jakieś medium. Kto przeciwstawia żywą, osobową komunikację przekazowi medialnemu, ten ulega romantycznej fikcji, bowiem tego rodzaju „autentyczna” komunikacja po prostu w realnym świecie nie istnieje – zauważa Albrecht Grözinger³⁷.

Przepowiadanie homilijne jest również rodzajem komunikacji i musi się z tym faktem liczyć. W tym kontekście należy postawić pytanie: w jakim stopniu i w jaki sposób procesy komunikacji masowej zmieniają i określają obecną personalną strukturę komunikacji religijnej? Poszukując odpowiedzi, warto zauważyć, że głoszenie słowa Bożego nigdy nie miało ściśle określonego, statycznego wzorca. W ciągu dziejów zawsze poszukiwano takich form, które pozwoliłyby możliwie najbardziej przekonywająco przybliżyć orędzie zbawcze Ewangelii słuchaczom. Dla przykładu przypomnijmy tutaj chociażby dylemat, przed którym stanął Kościół starożytny: czy w głoszeniu Ewangelii można wykorzystać warsztat pogańskiej bądź co bądź retoryki, czy też zarówno treść, jak i forma jej przekazu muszą być ewangeliczne. Do połowy III wieku nie znaleziono rozwiązania tego dylematu, a przyniósł je dopiero tzw. złoty okres patrystyki, kiedy to wypracowano doskonały model kazania grecko-rzymskiego, dzięki czemu weszło ono do skarbca literatury³⁸. W pewnym sensie można powiedzieć, pamiętając oczywiście, że jest to duże uproszczenie, że tym, czym dla ojców Kościoła był świat retoryki, współcześnie jest świat komunikacji medialnej. Podobnie jak wtedy znalezienie rozwiązania nie było rzeczą łatwą i wymagało czasu, tak i dzisiaj wypracowanie modelu przepowiadania adekwatnego do współczesnej rzeczywistości społeczeństwa medialnego nie jest proste, choć niewątpliwie konieczne.

Nie powinno ująć naszej uwadze, że społeczeństwo medialne nie jest jedynie zewnętrznym środowiskiem, w którym przebywa człowiek, zachowując swoją niezmienną strukturę percepcyjną. Wraz z pojawieniem się cyberprze-

³⁶ Zob. zwłaszcza: *Kirche und Medien*. Red. R. Preul, R. Schmidt-Rost. Gütersloh 2000 oraz cytowaną już pracę H. Albrechta. *Die Religion der Massenmedien*.

³⁷ G r ö z i n g e r. *Homiletik. Lehrbuch Praktische Theologie*. Bd. 2 s. 264.

³⁸ W świecie greckim dokonali tego ojcowie Kapadoccy i św. Jan Chryzostom, a w świecie łacińskim przede wszystkim św. Augustyn. Zob. E. S t a n i e k. *Kazanie w starożytności chrześcijańskiej*. W: *Fenomen kazania*. Red. W. Przychylna. Kraków: Wydawnictwo „Redemptoris Missio” 1994 s. 20-24.

strzeni, która stała się nowym, do niedawna jeszcze nieznanym rodzajem przestrzeni społecznej, ulega zmianie również struktura percepcji, zwłaszcza u dzieci i młodzieży³⁹.

Telewizja [...] stale dostarcza nam opowieści, pokazuje obrazy, kulturowo programując ludzki umysł przez dostarczanie mu schematów postępowania, norm i kryteriów wartościowania oraz sposobu doświadczania rzeczywistości i działania. Jednocześnie jej styl staje się coraz bardziej asocjacyjny, wideoklipowy. Dzieci i młodzież przyzwyczajają się do coraz większego tempa narracji, do jej skrótości, zmienności, do reguł montażu czy kodów dźwiękowych

– pisze wielokrotnie już przywoływany w tym artykule T. Goban-Klas. Wolne tempo narracji, charakterystyczne dla tradycyjnej homilii, po prostu nudzi, zwłaszcza młodego słuchacza. Dodajmy tutaj, że w przestrzeni dyskursu filozoficznego pojawiło się określenie *iconic turn*⁴⁰, wskazujące, że obraz stał się wiodącym medium we współczesnej przestrzeni kulturowej. Jeśli pytamy, co to oznacza dla przekazu homilijnego, nie mamy tu na myśli w pierwszej kolejności możliwości wysyłania orędzia ewangelicznego w medialną przestrzeń za pomocą tak rozlicznych środków technicznych, w nadziei, że dotrze ono do potencjalnego słuchacza, lecz przede wszystkim konieczność dostrzeżenia i uwzględnienia w przepowiadaniu walorów języka medialnego, który przy pomocy dźwięku i obrazu tak skutecznie trafia do współczesnego odbiorcy. Cechy tego języka to przede wszystkim zwięzłość, jasność i obrazowość. Takiego właśnie przekazu oczekuje formowany na współczesnych, medialnych wzorcach uczestnik liturgii. Co oznacza zwięzłość? Jest to forma rzeczownikowa od przymiotnika „zwięzły”, to znaczy: „zawierający wiele treści w niewielu słowach; treściwy, krótki, zwarty, lakoniczny”⁴¹.

Ks. Eugeniusz Burzyk⁴² – w wywiadzie udzielonym Michałowi Bondyrze

³⁹ Kazimierz Krzysztofek zauważa: „Pokolenia wychowane na mediach wizualnych mają inną strukturę percepcji [...] mają skrócony zakres skupienia uwagi [...] co ma poważne konsekwencje w procesie edukacyjnym: czterdzieści pięć minut dla ucznia to w większości czas stracony”. Cyt. za: G o b a n - K l a s. *W stronę społeczeństwa medialnego* s. 6; por. K. K r z y s z t o f e k, M. S z c z e p a ń s k i. *Zrozumieć rozwój. Od społeczeństw tradycyjnych do informacyjnych*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego 2002 s. 221.

⁴⁰ Termin ten stanowi naśladownictwo wprowadzonego w 1967 r. przez Richarda Rortyego określenia *linguistic turn*, oznaczającego przeorientowanie filozofii w kierunku analizy językowej. Zob. *Ikonische Wende*. http://de.wikipedia.org/wiki/Ikonische_Wende [dostęp: 22.09.2013].

⁴¹ *Słownik języka polskiego*. Red. M. Szymczak. T. 3. Warszawa: PWN 1981 s. 1072.

⁴² Ks. Eugeniusz Burzyk – publicysta, dziennikarz, w latach 1993-2009 korespondent KAI, pomysłodawca i redaktor pierwszej diecezjalnej strony internetowej w Polsce. Warto dodać, że na Wydziale Humanistyczno-Społecznym Akademii Techniczno-Humanistycznej w Bielsku-

– zwraca uwagę, że co prawda, wszystko, co zwięzłe, jest krótkie, jednakże to, co krótkie, niekoniecznie jest zwięzłe⁴³. Decydującą rolę odgrywa tutaj zatem nie tyle sama ilość tekstu lub wypowiedzi, ile stosunek zawartej w nim/w niej treści do formy, w której została wyrażona. Zwięzłość wypowiedzi jest trudną sztuką. Stosunkowo łatwo jest bowiem opracować dwudziestominutową homilię na określony temat, natomiast przekazanie tej samej treści w ciągu pięciu minut wymaga poświęcenia na przygotowanie tej wypowiedzi znacznie dłuższego czasu. Potrzebne są też takie zdolności intelektualne, jak np. umiejętność dokonywania syntezy, precyzja myśli.

Przygotowując 20-minutowe kazanie, rozpisuję się – mówi w cytowanym wywiadzie ks. Eugeniusz Burzyk. Jeśli chcemy je zmieścić w 5-7 minutach, trzeba skrócić. To nie jest łatwe. Przez wiele lat byłem korespondentem KAI. Przygotowując depesze, dziennikarz agencyjny nie może sobie pozwolić na jedno niepotrzebne słowo, bo mu tej depeszy po prostu nie wyemitują. Pracując w agencji nauczyłem się skracać do 1/3 – 1/2 strony tekstów 2-3 stronicowych bez uszczerbku dla treści. Zasadą jest, że im mniej powiemy, im mniej napiszemy, tym ludzie więcej zapamiętają i chętniej posłuchają czy przeczytają. Ludzi nie zmienimy, dając im na siłę rzeczy długie, ale właśnie krótkie. To po tych ostatnich powiedzą: *ciekawe kazanie, szkoda, że tylko pięć minut*⁴⁴.

Mając na uwadze obraz współczesnego kaznodziejstwa polskiego, gdzie zdarzają się tyrady wygłaszane nawet przez wysokich rangą duchownych, zbliżające się do godziny, trzeba stwierdzić, że w tej materii jest dużo do zrobienia, zwłaszcza w zakresie kształcenia przyszłych kaznodziejów. Wskazane wcześniej zagadnienie, aczkolwiek ważne, stanowi tylko jeden z wielu problemów dotyczących polskiego (pewnie nie tylko) kaznodziejstwa. Nie wyczerpuje ono złożonego, wieloaspektowego wątku głoszenia słowa Bożego w kontekście społeczeństwa medialnego.

Uwzględniając mentalność osób żyjących w społeczeństwie medialnym, zwróćmy uwagę na jeszcze jeden aspekt analizowanego zagadnienia. Manfred Lütz, niemiecki lekarz psychiatra, a jednocześnie katolicki teolog i pisarz, w przetłumaczonej na język polski, wyróżnionej międzynarodową nagrodą lite-

Białej powstała praca licencjacka „Homiletyka w dobie Internetu – na przykładzie kazań księdza Eugeniusza Burzyka”. Zob. http://encyklopedia.naukowy.pl/Eugeniusz_Burzyk [dostęp: 27.09.2013].

⁴³ M. B o n d y r a. *Espresso na ambonie. Z ks. Eugeniuszem Burzykiem rozmawia Michał Bondyra*. http://www.opoka.org.pl/biblioteka/P/PR/knc201104_rozmowa.html [dostęp: 22.09.2013] s. 1-2.

⁴⁴ Tamże.

racką Corine 2008, głośnej książce *Bóg: Mała historia Największego*⁴⁵ zwraca uwagę, że w społeczeństwie medialnym do mikrofonów zapraszani są nie tyle ludzie kompetentni, którzy rzeczywiście mają coś do powiedzenia w danej dziedzinie, lecz przede wszystkim osoby prominentne, które bez skrępowania wypowiadają się na każdy temat – i to one są słuchane. Wydaje się, że z tym stwierdzeniem koresponduje jeszcze jedna wypowiedź ks. Burzyka, który stwierdza:

[...] dziś nie wystarczy mieć rację – trzeba kombinować, jak tę rację przedstawić ludziom. Jak trafić do profesora, robotnika, artysty czy człowieka, który prawie nie wierzy. Chodzi o to, by każdy z nich coś z tego słowa miał, czymś się w kazaniu zainteresował. Forma wypowiedzi jest bardzo ważna, a my czasem nie zwracamy na to uwagi. Mówiąc agresywnie, nawet najbardziej prawdziwe rzeczy nie odniosą skutku. Jeśli powiemy je dobitnie, ale łagodnie, bez zacietrzewienia, to mogą zainspirować do pomyślenia o swoim życiu⁴⁶.

Jeśli zatem homilista chce uczestnika liturgii skłonić do słuchania, musi go czymś zaskoczyć. Nie chodzi tutaj o to, aby uwagę słuchacza skoncentrować na czymś kontrowersyjnym, lecz o tzw. efekt „aha”, kiedy słuchacz nagle spostrzega, że w tym, co słyszy, chodzi o jego sprawę (*mea res agitur*)⁴⁷. Jeśli homilista swoje wystąpienie rozpocznie tradycyjnym: „W dzisiejszej ewangelii Pan Jezus mówi nam [...]”, jeśli w dodatku będzie ono przedstawione zawiłym językiem i przepełnione teologicznymi frazesami, możemy być pewni, że skutkiem będzie irytacja słuchaczy i/lub rezygnacja z percepcji zasłyszanych treści. Stąd też przepowiadając słowo, homilista powinien to czynić w sposób zwięzły, czytelny, prosty, a zarazem interesujący dla słuchacza. Ważne jest przy tym wewnętrzne zaangażowanie głoszącego, przemodlenie treści słowa Bożego, zawierzenie Bogu siebie i słuchaczy. Ludzkie wysiłki nie są bowiem wystarczające. Z tego powodu ludzkie działanie głosiciela homilii powinno być zawsze podtrzymywane przez otwarcie na działanie Ducha Świętego i modlitwę nie tylko za siebie, ale także za słuchaczy.

⁴⁵ Oryginał: M. L ü t z. *Gott. Eine kleine Geschichte des Größten*. München: Pattloch Verlag 2007 s. 145. Zob. również: K. Z a n u s s i. *Prawda czy towar? W: Dziennikarski etos*. Red. Z. Kobylińska, R. D. Grabowski. Olsztyn: Lux Mundi 1996, s. 249-258.

⁴⁶ B o n d y r a. *Espresso na ambonie* s. 1.

⁴⁷ Zob.: H. A r e n s, F. R i c h a r d t, J. S c h u l t e. *Kreativität und Predigtarbeit*. München: Claudius Verlag 1977 s. 14-18.

*

Podsumowując, należy stwierdzić, że głosiciel homilii podczas liturgii mszalnej musi mieć świadomość, że mówi do słuchaczy żyjących w społeczeństwie medialnym i będących pod wyraźnym wpływem współczesnej kultury. Nie powinien jednak wyciągać stąd małodusznego wniosku, że cokolwiek zrobi i tak jego homilie nie będą słuchane. Wraz z zaistnieniem Internetu pojawiły się obawy, że zaniknie czytelnictwo książek. Dzisiaj wiemy, że medium, jakim jest książka, wcale nie zanikło i dobra książka jest nadal poszukiwana. Podobnie jest z homilią. Wciąż pozostają aktualne słowa Pawła VI na temat przepowiadania w czasie obrzędów liturgicznych: „Nie można go zastąpić żadnym innym sposobem szerzenia myśli, chociażby odznaczał się on wyjątkową siłą oddziaływania i skutecznością, dzięki zastosowaniu zdobyczy techniki, publikacji, radia i telewizji”⁴⁸. Homilia wygłaszana podczas liturgii mszalnej stwarza szczególną atmosferę słuchania słowa Bożego i dzięki temu zachowa zawsze swoją rangę oraz znaczenie w procesie rozwoju wiary słuchaczy.

BIBLIOGRAFIA

- B r o Ń s k i W.: Homilia w dokumentach Kościoła współczesnego. Tarnów: Biblos 1998.
- B ö h m T. H.: Religion durch Medien – Kirche in den Medien und die „Medienreligion”. Eine problemorientierte Analyse und Leitlinien einer theologischen Hermeneutik (Praktische Theologie Band 76). Stuttgart: Kohlhammer 2005.
- D y k S.: Współczesne przepowiadanie homilijne misterium publicznego życia Jezusa. Lublin: Wydawnictwo KUL 2008.
- Internet i Kościół. Red. J. Kloch. Warszawa: Dom Wydawniczy Elipsa 2011.
- Retoryka na ambonie: z problemów współczesnego kaznodziejstwa. Red. P. Urbański. Kraków: Wydawnictwo „M” 2003.
- T h o m a s G.: Medien – Ritual – Religion. Zur religiösen Funktion des Fernsehens. Frankfurt am Main: Suhrkamp 1998.
- W nurcie odnowy przepowiadania homilijnego: formy przekazu Słowa Bożego. Materiały z sympozjum homiletycznego, 15-16 października 2010 roku. Red. I. Kosmana, L. Pintał. Łódź-Łagiewniki: Wyższe Seminarium Duchowne OO. Franciszkanów. Niepokalanów: Wydawnictwo Ojców Franciszkanów 2011.

⁴⁸ Encyklika *Ecclesiam suam*. http://www.opoka.org.pl/biblioteka/W/WP/pawel_vi/encykliki/ecclesiam_suam_06081964.html [dostęp: 27.09.2013] nr 90.

PRZEPOWIADANIE HOMILIJNE W SPOŁECZEŃSTWIE MEDIALNYM

S t r e s z c z e n i e

W drugiej połowie XX wieku jeden z francuskich homiletów wyraził opinię, że ponowne odkrycie homilii było jednym z najdonioślejszych odkryć teologicznych tego pokolenia. Wraz z ukształtowaniem się społeczeństwa medialnego, w którym szeroko rozumiane media stały się środowiskiem człowieka, pojawiła się wątpliwość, czy homilia ponownie nie utraci swojego znaczenia. W artykule autor stawia pytanie: Czy w tej nowej rzeczywistości głos z ambony ma szansę zaistnieć, jako mające jeszcze jakiegokolwiek znaczenie i zobowiązujące słowo Boże? Nie pretendując do znalezienia wyczerpującej odpowiedzi, zwraca uwagę na konieczność podjęcia w tym zakresie pogłębionej refleksji homiletycznej. Wskazuje, że społeczeństwo medialne nie jest jedynie zewnętrznym środowiskiem, w którym człowiek przebywa, zachowując swoją niezmienną strukturę percepcyjną, lecz jest zjawiskiem głęboko transformującym człowieka i jego stosunek do rzeczywistości. Na tym tle ukazuje konieczność dostosowania przekazu homilijnego do tej nowej rzeczywistości.

Słowa kluczowe: homilia, media, społeczeństwo medialne.