

TEOLOGIA KOMUNIKACJI

Wytyczne do dialogu

Przez „teologię komunikacji” rozumiemy tutaj teologiczną refleksję nad zjawiskiem komunikowania; skoro ma to być refleksja teologiczna, jej punktem wyjścia będzie doświadczenie wiary jako ludzkiej odpowiedzi na Słowo Boga; jako zaś refleksja nad zjawiskiem komunikowania, uwzględni ona wszystkie te wymiary, jakie towarzyszą komunikacji oraz warunkują całe życie ludzkie, a tym samym także doświadczenia człowieka wierzącego.

Pomimo istniejącej już bogatej literatury przedmiotu¹, „teologia komunikacji” jawi się nam jako nowa dziedzina teologiczna, albowiem — co nie powinno nas dziwić ani przestraszać — sam fakt naukowych badań w zakresie komunikacji datuje się dopiero na nasze stulecie. Niemniej to, że w świecie zachodnim fenomen mediów masowych nabierał coraz większego znaczenia, doprowadziło do stałego i coraz bardziej pogłębianego studium tegoż problemu².

Dialog pomiędzy teologią a badaniami w zakresie komunikowania towarzyszył — rzecz zgoła naturalna — całemu rozwojowi samej komunikacji. W gruncie rzeczy już od drugiej wojny światowej poziom, na jakim zaczęto przeprowadzać badania nad zjawiskiem komunikowania w sposób bardziej systematyczny, był bardzo wysoki, różnorodne były też wzorce i teorie, jakie się właśnie pojawiły, na temat komunikacji ludzkiej.

Pierwszy wzorzec polega na znanej już „formule” Lasswella: „Kto, co mówi, za pomocą jakiego kanału, komu i z jakim skut-

¹ Odnośną bibliografię do roku 1989 podaje w swych dwóch dziełach P. Soukup, *Communication and Theology. Introduction and Review of the Literature*, London 1991; *Christian Communication. An annotated Bibliography*, Westport 1989.

² „Teologia ewangelizacji”, zawsze istniejąca, uważana jest przez niektórych autorów za „teologię zakładanej komunikacji” (por. R. White, *The growing dialogue between Theology and Communication*, w: P. Soukup, *Communication and Theology*, dz. cyt., s. 8). Oczywiście, nie należy lekceważyć wkładu, poczynając od Platona, „filozofii języka” do studium nad komunikacją ludzką; chodzi tu jednak o tę dziedzinę filozofii, która bada określony aspekt zjawiska komunikacji, a nie całość jej elementów, podchodząc ponadto do tej problematyki, stanowiącej przedmiot refleksji wielu teologów, z filozoficznego, a nie teologicznego punktu widzenia.

kiem?"³. Skoro jednak celem niniejszego studium nie jest ukazywanie szczegółów rozwoju różnych teorii na temat komunikacji, możemy *grosso modo* stwierdzić, że postać tzw. „receptora” (odbiorcy) zyskiwała coraz to więcej na znaczeniu, a nawet została odkryta jako bardzo aktywna w procesie komunikowania, modyfikująca samą treść przekazu. Ostatecznie spotykamy także teorie Marshalla McLuhana, łącznie z tzw. „szkołą studiów kulturowych”, które traktują media nie tak po prostu jako „neutralne narzędzia”, lecz jako twórców kultury⁴.

Chociaż nie szczegółowo, postaramy się zgłębić to, co uważamy za główne etapy dialogu przeprowadzanego już przez teologię z fenomenem komunikacji. W przebytej dotąd drodze istotne wydają się dwa punkty oparcia: stworzenie i wcielenie, które określają — zgodnie z kładzionym akcentem — „teologię środków przekazu” oraz „teologię symboliczną”. Jeżeli jednak traktujemy zjawisko komunikacji jako wpływające w sposób determinujący na życie ludzkie, powinniśmy patrzeć na teologię komunikacji nie tak po prostu i zwyczajnie jako na refleksję nad określonym aspektem życia, lecz traktować ją jako teologię dla tego świata, w którym komunikowanie się — zwłaszcza zaś komunikowanie masowe — odgrywa decydującą rolę, będąc zarazem twórcą kultury.

1. Teologia środków przekazu

Po przewyciężeniu pierwszej postawy polegającej na odrzuceniu środków społecznego przekazu⁵, Kościół zaczął patrzeć na nie w sposób bardziej pozytywny, wychodząc z założenia, że środki przekazu wszczepiają się w samo stwórcze dzieło Boga. Taką postawę zajął Urząd Nauczycielski Kościoła zwłaszcza od czasów Piusa XII, szczególnie zaś na Soborze Watykańskim II⁶.

Tak zwane środki społecznego przekazu włączają się ściśle w świat stworzony przez Boga dla człowieka. W sposób szczególny wypada tutaj podkreślić centralne miejsce istoty ludzkiej w stwór-

³ Por. D. McQuail — S. Windahl, *Communication models. For the study of mass communications*, London — New York 1981; M. Wolf, *Teorie della comunicazione di massa*, Milano 1990, s. 23.

⁴ Por. M. McLuhan, *Understanding Media*, New York 1964; M. Wolf, dz. cyt., s. 106-110.

⁵ Por. Grzegorz XVI, *Mirari vos*, nr 14, 15, 16.

⁶ Por. Pius XII, *Miranda Prorsus*. Stanowisko Magisterium Kościoła analizuje E. Baragli, zwłaszcza w dziele: *Comunicazione, Comunione e Chiesa*, Roma 1973, a także F. Ferreira, *Teologia da comunicação. Delineamento do Magistério eclesiástico*, Didaskalia 15 (1985) 305-325.

czym planie Boga, uwypuklone już w samych relacjach o stworzeniu. Tak więc człowiekowi przypada w udziale dobre posługiwanie się całym stworzeniem, co ułatwia mu wędrówkę do spotkania z Bogiem, którego człowiek jest obrazem i podobieństwem. Po tej linii idzie właśnie soborowy dekret *Inter mirifica*, o środkach społecznego przekazywania myśli: „Spośród podziwu godnych wynalazków techniki, które geniusz ludzki z pomocą Bożą w naszych zwłaszcza czasach odkrył w rzeczach stworzonych, Kościół—Matka przyjmuje i śledzi ze szczególną troską te, które odnoszą się przede wszystkim do ducha ludzkiego, a które odsłoniły nowe drogi do przekazywania z największą łatwością wszelkiego rodzaju wiadomości, myśli i wskazań” (nr 1).

W ten sposób Sobór stara się odpowiedzieć na pytanie zwłaszcza etyczne, dotyczące używania środków przekazu. Akcent zostaje położony przede wszystkim na nadawcę, dla którego Sobór rezerwuje nazwę „użytkownika”. Akcentując naturalne prawo Kościoła do dostępu i posługiwania się środkami przekazu (por. DSP 3), Sobór uwypukla równocześnie prawo do rzetelnej informacji o wydarzeniach i sprawach, która „umożliwia poszczególnym ludziom pełniejszą i stałą ich znajomość, dzięki czemu mogą oni skutecznie przyczyniać się do ogólnego dobra i wspólnie łatwiej wpływać na szeroki postęp całego społeczeństwa” (DSP 5). Jedynie dwa numery Dekretu zostały poświęcone przez Sobór „odbiorcom”, których się zachęca do krytycznego odbierania programów (por. DSP 9) i do umiarkowanego, zdyscyplinowanego posługiwania się środkami przekazu (por. DSP 20). Sam fakt posługiwania się przez Kościół tymi środkami tłumaczy się ich zdolnością do docierania do wielkiej liczby osób, dzięki czemu stają się one uprzywilejowanym sposobem ewangelizacji.

Po tej linii kroczy także zasadniczo posoborowy dokument *Communio et progressio* z 1971 r., którego pierwsza część ukazuje zarys refleksji doktrynalnej nad środkami przekazu, włączając je już na początku (nr 7) w samo dzieło stworzenia. Mimo swych ograniczeń, taki sposób ujmowania teologii komunikacji nie przestaje budzić uwagi ze względów dosyć istotnych. Jego zaś ograniczenia polegają przede wszystkim na pominięciu zadań odbiorcy i sprowadzeniu w procesie przekazu jego funkcji do osoby „przyjmującej” informację; a także na sprowadzeniu samej komunikacji do mechanicznego przekazywania treści; wreszcie na zwróceniu zbyt małej uwagi na środki przekazu jako na rzeczywistości tworzące kulturę. Niemniej zostało tu podkreślone centralne miejsce człowieka w całym procesie komunikowania się oraz „wewnętrzna dobroć” komunikacji jako źródła komunii i postępu

rodzaju ludzkiego, co doprowadziło nawet niektórych, dostrzegających w tych stwierdzeniach przesadny optymizm, do krytyki tego dokumentu.

2. Teologia symboliczna

Drugi sposób teologicznego patrzenia na zjawisko komunikacji dostrzegamy w tym, co nosi miano „teologii symbolicznej”

Punktem wyjścia tej refleksji nad komunikacją jest fakt, że człowiek jest bytem z istoty swej symbolicznym, czyli wyrażającym cielesnie pewien wymiar duchowy oraz wyrażającym duchowo swój wymiar cielesny — w łonie wspólnoty, w której konstruuje sens swego życia. Komunikowanie jawi się zatem jako budowanie znaczenia, realizowane przez każdą wspólnotę ludzką. Sam proces komunikacji ukazuje się natomiast raczej jako spirala wielu interakcji niż jako coś linearnego (nadawca-przekaz-kanal-odbiorca). W całym tym procesie z kolei szczególne znaczenie ma analogiczny wymiar życia ludzkiego.

Wcielenie jawi się tu jako przyjęcie ludzkiej historii przez odwieczne Słowo Boga w konkretnej wspólnoty, w której została objawiona tajemnica Boga. Bardzo znamienne Karl Rahner posługuje się wyrażeniem „samokomunikowanie się Boga”, gdy mówi „o Objawieniu”⁷. Przyjmując naturę ludzką, Syn Boży przyjmuje też symboliczny wymiar bytu ludzkiego z typowymi dla niego ograniczeniami: prawda o Wcieleniu pociąga za sobą przyjęcie historyczno-przestrzennego wyrazu Objawienia, zwłaszcza gdy się stwierdzi, że jego pełnia polega na życiu Jezusa bardziej niż na abstrakcyjnych pojęciach czy normach prawnych.

W ten sposób pojęcie komunikowania jawi się jako wewnętrzne w stosunku do samego orędzia chrześcijańskiego, a teologia komunikacji — jako studium nad czymś istotnym dla chrześcijaństwa: nad komunikowaniem się Boga człowiekowi w Jezusie Chrystusie⁸. W dynamice Wcielenia dostrzegamy także możliwość dostępu człowieka we wszystkich miejscach i czasach do zbawienia, a zarazem wymóg przyjęcia ze strony Kościoła sym-

⁷ *Curso fundamental da Fé. Introdução ao conceito de cristianismo*, S. Paulo 1989, s. 146. Odnośnie do „teologii symbolicznej” zob. także: tenże, *Teologia del Simbolo*, w: *Saggi sui sacramenti e sulla escatologia*, Roma 1965, s. 51-107.

⁸ U św. Tomasza możemy spotkać już pewną Teologię Komunikacji, albowiem *communicatio* występuje w jego dziełach jako techniczny termin zawierający w sobie pojęcie „objawienia” i „uczestnictwa”. Por. *De commendatione Scripturae*.

bolicznego wyrazu, typowego dla każdej kultury i cywilizacji. Taki rodzaj teologii komunikowania spotykamy zresztą również w formie jakby echa w numerach 10—12 *Communio et progressio*.

Kładąc akcent na odbiorcę jako na kogoś aktywnego w procesie komunikowania, to ujęcie teologiczne procesu komunikowania jawi się również jako nieco ograniczone, a to dlatego, że nie ujmuje problemu mediów jako mającego wpływ na sam proces komunikowania.

3. Teologia kultury komunikacji

Czy kulturę, w której żyjemy, można nazwać „kulturą komunikowania”? Czy zjawisko komunikowania będzie stanowiło aspekt determinujący nowy sposób życia, jaki się właśnie pojawia? Takie oto pytania stawia również dokument *Communio et progressio*: „Nasuwa się tutaj trudne pytanie: czy стоимy u progu rozpoczynającej się epoki społecznego przekazu? Czy może chodzi w środkach przekazu o zmiany nie tylko ilościowe, lecz również jakościowe?” (nr 181).

Komunikowanie jest przede wszystkim istotnym faktem życia ludzkiego. Od chwili stworzenia człowiek komunikuje się z innymi, zanim jeszcze zacznie się pytać o otaczający go świat, o siebie samego, o swój początek i cel, a także zanim doświadczy cierpienia, które zachęca go do nadania sensu własnemu życiu. Od komunikowania zależy także większość wyborów, jakie istota ludzka urzeczywistnia. Komunikacja eliminuje, przynajmniej częściowo, radykalną samotność, w jakiej każda istota ludzka czuje się pogrążona, czyniąc z niej uczestnika wspólnoty i wszczepiając ją w historię, tak że wystarczy jej już tylko odkryć drogi przebyte przez poprzedników.

Zanim istota ludzka uświadomi sobie samą siebie, ma już świadomość kogoś innego; nie jest rzeczą obojętną dla rozwoju dziecka to, czy jego pierwsze poczynania w zakresie komunikowania się z innymi zostaną przyjęte, lub nie, przez jego otoczenie.

Na płaszczyźnie relacji międzyosobowych komunikacja jawi się jako fakt istotny dla życia ludzkiego. Jednak zwłaszcza w świecie zachodnim media nabrały takiego znaczenia, że zaczęły determinować sam sposób i styl życia — jak stwierdza to papież Jan Paweł II w encyklice *Redemptoris missio*: „Nie wystarcza zatem używać ich (środków przekazu) do szerzenia orędzia chrześcijańskiego i Magisterium Kościoła, ale trzeba włączyć samo orędzie w tę «nową kulturę», stworzoną przez nowoczesne środki przekazu.

Jest to problem złożony, gdyż kultura ta rodzi się, bardziej jeszcze aniżeli z przekazywanych treści, z samego faktu, że istnieją nowe sposoby przekazu z nowymi językami, nowymi technikami, nowymi postawami psychologicznymi” (nr 37).

Środki przekazu nie jawią się obecnie jako zjawisko cząstkowe. Nawet jeśli nie akceptujemy też Marshalla McLuhana, zgodnie z którymi właśnie technologia zmienia kulturę — zwłaszcza gdy chodzi o technologię komunikacji⁹ i że mimo to kultura współczesna tworzona jest w sposób determinujący przez media — rzuca się w oczy to, iż są one mimo wszystko zwierciadłem, w którym nasz świat kulturalny odbija się najlepiej. Z cech charakterystycznych dla mediów, zwłaszcza audio-wizualnych, możemy też wydobywać specyfikę społeczeństwa, w jakim żyjemy. Przede wszystkim, w przeciwieństwie do kultury pisanej, kultura audio-wizualna cechuje się uczuciowością — jak to podkreśla P. Babin¹⁰. Prawdziwy przekaz kształtuje się nie z tego, co się mówi, ale na podstawie uczuć, jakie powinny się pojawić w odbiorcy na skutek zespolenia się dźwięku, słowa i obrazu, pomieszanych ze sobą, powiększonych, ujętych w ramy i zwiększanych odpowiednio za pomocą elektroniki¹¹. Rzeczywistość przedstawiana nam przez środki audio-wizualne nie jest nigdy całością tego, co realne, ale zawsze jakimś tylko wyborem dokonywanym pod kątem tego, co bardziej ujmie odbiorcę; rytm każdego ukazywanego planu odmierza się w sekundach, ale montaż sprawia, że całość jawi się jako zespolona w czasie i przestrzeni, chociaż powstawała w różnych miejscach i porach; złożoność życia zostaje zredukowana do prostej historii dobra i zła, przy czym możliwa jest wielość interpretacji.

Nie chcemy przez to stwierdzić całkowitego zaniku we współczesnym świecie zachodnim kultury mającej swe korzenie w regułach pisma i logiki: sygnalizujemy jedynie to, że pojęcie rzeczywistości, w jakiej człowiek żyje obecnie, różni się istotnie od tego, które przed kilkoma laty jawiło się jako istotne dla życia ludzkiego; jeżeli zaś jesteśmy świadkami narodzin nowego świata kulturalnego, oznacza to, że niezbędną jest także dla nas nowa synteza teologiczna, ukazująca w sposób systematyczny Objawienie się Boga człowiekowi dzisiejszemu.

Tak więc, nie zapominając o racjonalnym wymiarze człowieka,

⁹ Por. M. McLuhan, dz. cyt.

¹⁰ Por. *Communication and participation in an electronic age*, Media development 4 (1990) 6-9.

¹¹ Por. P. Babin, *Impact de l'audio-visuel sur la vie des chrétiens*, Media development 2 (1981) 8.

teologia komunikacji nie tyle stara się budować jakiś system logiczny z prawideł doktrynalnych, ile zapewnić wymiar emocjonalny, w jaki przyodziewa się z konieczności całe życie ludzkie, i to w sposób, który na serio i faktycznie może doprowadzić do zbliżenia się ludzi do Jezusa Chrystusa takiego, jakiego ukazują nam Ewangelie — a więc jako prowokującą obecność Boga pośród ludzi.

Nie zapominając o historycznym wymiarze Jezusa i o współczynnikach przestrzenno-czasowych, teologia komunikacji winna ukazać, jak takie właśnie obramowanie egzystencji ludzkiej nie przekracza ram i granic tegoż obramowania, a więc nie ujmuje wszystkich wymiarów życia: osoba nie sprowadza się przecież do współrzędnych czasowo-przestrzennych, jak ukazują to wyraźnie same Ewangelie, w których Jezus został nam przedstawiony w sposób autentyczny (jako że właśnie one stanowią samo jądro Pisma świętego), chociaż ich autorzy czuli się rozrzuceni w czasie i przestrzeni.

Nie zapominając o tym, że rzeczywistość jest zawsze większa od naszej percepcji, teologia komunikacji powinna zawsze się starać ukazać to, że sama rzeczywistość życia ludzkiego wyraża się w znaczących momentach, kiedy się urzeczywistniają, bądź też potwierdzają zasadnicze wybory życia ludzkiego.

Nie zapominając o tym, że prawda ma własne imię, jakim jest Jezus Chrystus, teologia komunikacji powinna starać się ukazać, iż to On nas zaprasza do radykalnego przeżywania tej Prawdy w każdej sytuacji naszego życia, z tym, że nie możemy nigdy się uważać za jedynych posiadaczy tejże prawdy, lecz powinniśmy się czuć przede wszystkim ludźmi zaproszonymi właśnie przez Nią do dialogu i jako ludzkość — do tego, by kierował nami Jezus, który jest Drogą, Prawdą i Życiem człowieka.

Stajemy w ten sposób wobec konieczności ponownego przemyślenia konkretnych zastosowań duszpasterskich, ale także wobec konieczności ukazania, że również dla człowieka epoki środków przekazu Jezus Chrystus jest Zbawicielem i Celem, do którego kieruje się cały byt ludzki. Jest to niewątpliwe, że taka droga, zresztą już zapoczątkowana, pociąga za sobą pewne niebezpieczeństwa, podobnie zresztą jak każdy okres przemian; nie ulega także wątpliwości, że droga taka nie jawi się jako „zaczynanie od zera” — rzecz niemożliwa dla teologii, która w dzisiejszym kontekście włącza się w doświadczenie wiary dwudziestu wieków chrześcijaństwa. Nie ulega jednak również wątpliwości, że te pytania i problemy sytuują się zwłaszcza w świecie zachod-

nim, w którym rzeczywistość mediów ukazuje się z całą swą dwuznacznością typową dla wielkich osiągnięć ludzkich.

Teologia, podobnie jak wszystkie nauki, będzie zawsze się posługiwała, wyrażając się na zewnątrz, dyskursem logicznym i ścisłością. Te jednak jej uwarunkowania nie powinny stać na przeszkodzie zrozumieniu w refleksji nad światem zupełnie innym, który właśnie się rodzi, kierowany odmiennymi regułami gry; wprost przeciwnie, obowiązkiem teologów jest podtrzymywać w sposób zwarty i spójny życie Kościoła w tym nowym świecie kulturalnym.

Podane tutaj sugestie w sposób możliwie zwięzły i jasny (co wykluczało samo przez się większą liczbę innych ujęć i problemów związanych z teologią komunikacji) są owocem długiej i dojrzałej refleksji i dlatego — mamy nadzieję — mogą stać się elementami dialogu, który się jawi jako nieunikniony, ale i bardzo owocny.

tłum. ks. **Lucjan Balter SAC**