

Czym jest teologia mediów?

Sonda naukowa

Ks. prof. dr hab. Waldemar Chrostowski

Dyrektor Instytutu Nauk Biblijnych

Kierownik Katedry Egzegezy Starego Testamentu

Wydział Teologiczny

Uniwersytet Kard. Stefana Wyszyńskiego w Warszawie

Teologia według utrwalonej formuły to *fides quaerens intellectum*, czyli wiara poszukująca zrozumienia. Tam jest prawdziwa teologia, gdzie jest głęboka wiara. Po II Soborze Watykańskim zwykło się przyporządkowywać teologii rozmaite dziedziny, rozmaite aspekty i rozmaite płaszczyzny, mówiąc o teologii rzeczywistości ziemskich, a tę rzeczywistość, ziemską rozdrabnia się na rozmaite sposoby i czasami może to być uprawianie teologii, w której mówi się o wszystkim tylko nie o Bogu i nie o powinnościach względem Boga. Teologia mediów, czy teologia środków społecznego przekazu, albo środków masowego przekazu ma w moim przekonaniu wtedy i o tyle sens, o ile ukazuje nam słowo, obraz oraz rozmaite inne możliwości komunikowania się jako sposoby na wyrażenie prawdy o Bogu oraz sposoby docierania do Pana Boga, głębszego poznania go i nawiązania z nim przyjaźni. Natomiast, gdyby teologia środków masowego przekazu poprzestawała tylko na opisie tego, co się dzieje, nie miałyby tego odniesienia moralnego, etycznego, które z tego wynika. Sądzę, że byłaby dziedziną i dyscypliną bardzo płytką i nie wiem też, czy szczególnie potrzebną, bo przeobrażałaby się w jakiś rodzaj psychologizowania albo socjologizowania na temat aspektów, którymi się zajmuje, tymczasem w prawdziwej teologii nie o to chodzi. Toteż jestem przekonany, że teologia środków masowego przekazu wymaga odpowiedniego pogłębienia, tzn. silnie zakorzonej wiary, zrozumienia jej i życia nią.

Prof. dr hab. Krystyna Czuba

Katedra Teorii, Aksjologii i Prawa Mediów

Instytut Edukacji Medialnej i Dziennikarstwa

Wydział Teologiczny Uniwersytetu Kard. Stefana Wyszyńskiego w Warszawie

Media, jak cała rzeczywistość ziemską, mają odniesienie do Boga. Media przekazują słowo. Jest ono w teologii rozumiane podmiotowo, jako druga osoba Boska. Słowo Syna objawia ludzkości tajemnicę Boga. W tym kontekście słowo ludzkie, wypowiedziane do innych, jest niebywałą wartością. Musi być ono zgodne z prawdą. Teologia mediów odnosi się do prawdy, która jest wartością najwyższą.

Teologia jest potrzebna mediom również w sensie praktycznym. Dziennikarze zajmujący się tematyką religijną muszą poznać istotę wiary oraz zaznajomić się z teologią i symboliką religijną. Tak rozumiana teologia mediów pozwala znaleźć sens dokonujących się wydarzeń. Często jest to sens ostateczny.

Dr hab. Katarzyna Parzych-Blakiewicz, prof. UWM

Katedra Teologii Dogmatycznej i Fundamentalnej

Wydział Teologiczny Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie

Zadaniem statutowym Kościoła jest doprowadzenie do zbawienia każdego człowieka. Teologia jest nauką asystującą działalności Kościoła, przez wypełnianie następujących funkcji: zachowanie łączności z Tradycją, diagnozowanie stanu wiary, formułowanie wniosków i tworzenie materiałów do wdrażania w praktykę misyjno-ewangelizacyjną, prowadzenie dialogów specjalistycznych i interdyscyplinarnych.

W ramach kompetencji medioznawczych realizuje następujące funkcje: dąży do pełnego ukazania istoty prawdy – priorytet prawdy jest istotny ze względu na to, że jest podłożem dobra indywidualnego i społecznego; tworzy, w mentalności użytkowników, przestrzeń dla upowszechniania wartości humanistycznych; podejmuje kwestie związane z tworzeniem wspólnot ludzkich z udziałem mediów, a także poza nimi.

Dr hab. Grzegorz Łęcicki, prof. UKSW

Katedra Teologii Środków Społecznego Przekazu

Instytut Edukacji Medialnej i Dziennikarstwa

Wydział Teologiczny Uniwersytetu Kard. Stefana Wyszyńskiego w Warszawie

Teologia mediów to, najogólniej mówiąc, refleksja teologiczna dotycząca środków społecznego przekazu. Warto zauważyć, że zarówno religia, jak i media stanowią istotne elementy ludzkiej egzystencji; już samo istnienie tych dwóch potężnych rzeczywistości – religii i mediów – skłania do refleksji o ich wzajemnych relacjach. Feno-

men cywilizacji medialnej oraz społeczeństwa informatycznego domaga się odpowiedniej refleksji teologicznej, poświęconej procesom komunikacji.

Katolicka doktryna medialna podkreśla przede wszystkim moralny wymiar wszelkich komunikatów medialnych. Warto zauważyć, że Kościół interpretuje media jako wspa- niałe wynalazki, owoc zarazem ludzkiego geniuszu, intelektu, ale także jako dar Boży dla ludzkości mający służyć jej rozwojowi, postępowi, integracji. Wszystkie wymiary produkcji, twórczości, realizacji przekazów medialnych podlegają ocenie i krytycznej analizie nie tylko ze względów moralnych, ale także religijnych. Do zadań teologii środków społecznego przekazu należy więc odkrywanie tego, co w mediach stanowi wymiar Bożego daru.

Zainteresowanie teologii mass mediami miało źródło nie tylko w rozwoju teologii rzeczywistości ziemskich, ale przede wszystkim w odniesieniu do zagadnień praktycznych, związanych z istnieniem i działalnością Kościoła. Wśród nich należy wymienić dylematy etyki dziennikarskiej, czy – mówiąc szerzej – etyki nadawców i twórców przekazów medialnych; wśród kolejnych kwestii znajdują się zagadnienia używania i wykorzystywania środków społecznego przekazu w dziele preewangelizacji, ewangelizacji, katechizacji i formacji. Następny zespół problemów wiąże się z postulatem edukacji medialnej, rozumianej jako część procesu oświatowego i pedagogicznego, mającego na celu przygotowanie odbiorców do krytycznego i selektywnego odbioru komunikatów oraz przekazów medialnych. Widoczna dominacja zagadnień należących do teologii praktycznej, a więc katechetyki i teologii pastoralnej, nie wyklucza jednak refleksji dotyczącej istoty komunikowania oraz posługiwania się mass mediami. Niebagatelny problem badawczy łączy się z analizowaniem wzajemnych relacji między religią, mediami a kulturą. Osobnym, a zarazem niezwykle istotnym zagadnieniem jest ewangelizacja ludzi i świata mediów, środowisk twórców, nadawców, realizatorów, aktorów, osób występujących przed mikrofonami i kamerami.

Praktyczny wymiar wykorzystywania mass mediów w dziele katechizacji oraz ewangelizacji odnosił się do tradycyjnego podziału na grupę nadawców przekazów medialnych oraz populację odbiorców. Najnowsze media i techniki komunikacji interpersonalnej znacznie zmieniły ów dawny model; współcześni użytkownicy mediów, głównie Internetu, oraz przenośnych urządzeń komunikacyjnych, są zarówno odbiorcami, jak i nadawcami przekazów medialnych, które mogą upowszechniać na rozmaitych forach internetowych, za pośrednictwem portali społecznościowych, blogów czy wpisów komentujących rozmaite fakty i opinie. Rozwój dziennikarstwa obywatelskiego, choć może stanowić ważną inicjatywę społeczną szczególnie w środowiskach lokalnych, nie się niebezpieczeństwo zbytnej amatorszczyzny, nieprofesjonalizmu, niestaranności, tworzenia przekazów przez osoby nie mające odpowiedniego przygotowania zawodowego. Zanik wyraźnego podziału na nadawców oraz odbiorców przekazów medialnych stanowi więc kolejne wyzwanie dla teologii środków społecznego przekazu.

Zarysowane obszary badawcze jednoznacznie sytuują teologię środków społecznego przekazu jako naukę interdyscyplinarną, mającą istotny związek z różnymi dziedzinami teologii praktycznej, a więc katechetyką, teologią pastoralną, a także z teologią kultury oraz teologią sztuki. Niezwykle istotną kwestię stanowi zespół zagadnień odnoszących się do pro-

blematyki moralnej. Etyka środków przekazu to coś więcej niż tylko etyka dziennikarska, gdyż dotyczy zarówno producentów, twórców, jak i odtwórców – sprawozdawców, aktorów – wszelkich przekazów medialnych, nie tylko informacyjnych i publicystycznych, ale także rozrywkowych. Problem formacji sumień ludzi mediów, a dokładniej osób identyfikujących się ze swoją wiarą i Kościołem oraz pragnących przestrzegać wyznaczanych przezeń norm i zasad etyki zawodowej, łączy teologię moralną z teologią środków przekazu, gdyż to ona ukazuje specyfikę i odrębność rzeczywistości medialnych. Teologia mass mediów należy do posoborowej wizji teologii rzeczywistości ziemskich jako refleksji nad fenomenami doczesności oraz ich odniesieniem do perspektywy eschatologicznej.

Kolejne zagadnienia dotyczą inspirowania i odpowiedniego przedstawiania treści teologicznych w przekazach medialnych o charakterze katechetycznym, pastoralnym, formacyjnym. O ile ustalenie treści podlega refleksji dogmatycznej, czy teologiczno-moralnej, to wybór formy przekazu powinien być skutkiem analizy podejmowanej przez teologię środków przekazu jako dyscypliny analizującej zagadnienie komunikacji religijnej.

Osobnym problemem badawczym wydaje się wpływ przekazów medialnych zarówno na sumienie, jak i na konkretne wybory moralne i egzystencjalne, w tym również religijne i polityczne, a także na percepcję prawd wiary oraz identyfikację ze wspólnotą Kościoła. Analiza dziejów religijnych środków przekazu oraz ich wpływu społecznego przekracza badania historii mediów, gdyż wkracza na obszar studium teologicznego, wymagającego odpowiedniej wiedzy specjalistycznej.

Teologia środków przekazu należy do grupy nauk stanowiących teologię praktyczną. Przedstawiony zarys problematyki badawczej, stanowiący o tożsamości teologii mediów, jednoznacznie potwierdza jej przynależność do nauk humanistycznych. Wobec zakwalifikowania nauk o mediach do grupy nauk społecznych konieczny wydaje się postulat równoczesnego zaliczenia nauk o mediach zarówno do nauk społecznych, jak i humanistycznych (podobnie rzecz się ma w przypadku politologii oraz historii); w obszarze badań teologii środków przekazu znajdują się bowiem również zagadnienia i kwestie społeczne. Teologia środków społecznego przekazu powinna zaś być zakwalifikowana jako subdyscyplina nauk o mediach.

Ks. dr Dariusz Gronowski

Comunicazione Sociale Istituzionale Edizioni Università della Santa Croce, Roma

Myślę, że można mówić o teologii komunikacji, która jest refleksją w świetle Objawienia Bożego nad fenomenem ludzkiego komunikowania i nad kulturą, w takim zakresie, w jakim ma ona związek z komunikowaniem (a jest to związek istotny). Obszar zainteresowań teologii komunikacji jest w dużej mierze ukazany przez magisterium Kościoła, zwłaszcza w liście apostolskim Jana Pawła II „*Il Rapido Sviluppo*” z 24 stycznia 2005 r. Czy można mówić o teologii mediów? Czemu nie. Być może w pewnym stopniu wyrażenie to może funkcjonować jako synonim teologii komunikacji, choć logicznie rzecz biorąc, teologia mediów powinna być raczej działem teologii komunikacji.

Ks. dr Zenon Hanas

Katedra Public Relations i Komunikacji Marketingowej

Instytut Edukacji Medialnej i Dziennikarstwa

Wydział Teologiczny Uniwersytetu Kard. Stefana Wyszyńskiego w Warszawie

Teologia mediów może być pojmowana jako dziedzina teologii pastoralnej, której celem jest teoretyczna i praktyczna refleksja nad zastosowaniem mediów komunikacyjnych dla ewangelizacji i budowania wspólnoty eklezjalnej. W węższym znaczeniu teologia mediów oznacza systematyczną refleksję nad wpływem mediów (wizualnych, audialnych itp.) na przekaz wiary.

Prof. dr hab. Tomasz Goban-Klas

Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie;

Wydział Administracji i Nauk Społecznych;

Katedra Mediów, Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej

Teologia mediów – jak z nazwy wynika – skupia się na teologicznym aspekcie powstawania, istnienia, funkcjonowania, a także wartości mediów. Media z kolei – jak z nazwy wynika – są pośrednikami, czymś pomiędzy (słynne greckie *metaxu*), a więc mają być pośredni, wymagają w swych analiza odwołania się do szerszych ram, które odnoszą się do procesu komunikacji. A ten obok akademicko-naukowego, empirycznego, wymiaru, ma także wiele odniesień do interpersonalnego – wewnętrznego – komunikowania, jako podstawy ludzkiej myśli, ale też i takiej jej formy jak cicha modlitwa, refleksja religijna, teologiczna. A gdy myśl ulega obiektywizacji i staje się przedmiotem postrzegania przez innych – poprzez znaki – staje się też elementem kultury i mediów, którymi jest obiektywizowana i przenoszona. Jako taka podlega także ocenie ze względu na wartości które przedstawia i które niesie. Uporządkowanie tej problematyki to jedno z zadań teologii mediów, jakie widzi medioznawca.

Prof. dr hab. Jerzy Olędzki

Kierownik Zakładu Public Relations i Marketingu Medialnego

Instytut Dziennikarstwa

Wydział Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego

Najkrócej mówiąc, termin „teologia mediów” wyjaśniłbym jako poszukiwanie przez ludzi boskiego sensu istnienia środków przekazu informacji. Rozumiem ją jako naukę stosującą metody empiryczne przy badaniu filozofii i logistyki działania mediów i krytyczną analizę ich zawartości. Są to więc studia nad powstaniem i ewolucyjnym postępem w rozwoju technik przekazu informacji i ich znaczeniem w hi-

storii rozwoju ludzkości, historii widzianej z perspektywy chrześcijańskiej – w naszym kręgu kulturowym tak przynajmniej jest teologia kojarzona. Od kolegów mieszkających w innych częściach świata wiem, że wyklada się także teologię mediów z perspektywy religii muzułmańskiej, hinduistycznej czy judaistycznej – wszystkie je łączy wspólny mianownik: szacunek dla Boga i poszukiwanie sensu funkcjonowania środków społecznego przekazu.

Prof. dr hab. Walery Pisarek

Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie;

Wydział Nauk Społecznych;

Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej

Mały słownik teologiczny” K. Rahnera i H. Vorgrimlera¹ zawiera obok hasła „Teologia (gr. *theologia* – mowa o Bogu, zwłaszcza w języku humanistycznym i filozoficznym)” dwadzieścia siedem haseł teologii „przydawkowej”, a ściślej mówiąc, przymiotnikowej (np. teologia demonstratywna, dialektyczna, pastoralna itp.) i dopełniaczowej (np. teologia dziejów, teologia rewolucji, teologia sakramentów itp.). Przymiotnikowy określnik w nazwie teologii przymiotnikowej zwykle określa sposób, w jaki jest ona uprawiana. Dopełniaczowy określnik w nazwie teologii dopełniaczowej zwykle wskazuje zakres, tj. dziedzinę rzeczywistości, którą dana teologia się zajmuje. Ten przejrzysty podział jest jednak zakłócony przez wieloznaczność i wielofunkcyjność poszczególnych struktur składniowych. Tak na przykład niektóre przymiotniki mogą mieć znaczenie dopełniacza; odnosi się to moim zdaniem m.in. do przymiotnika biblijny, który w nazwie teologii biblijnej wskazuje raczej jej zakres (w gruncie rzeczy jest to „teologia Biblii”) niż sposób uprawiania. Analogicznie należy chyba rozumieć teologię moralną jako teologię moralności, a nie „teologię moralnie uprawianą”. Podobnie, odienne przymiotniki *janowy i pawłowy* w nazwach *teologii janowej i teologii pawłowej* mają znaczenie dopełniaczy, choć wskazujących raczej na źródło niż zakres. *Teologia Janowa* to „objawiona i natchniona nauka, zawarta w Ewangelii według św. Jana i w trzech listach św. Jana (częściowo w Apokalipsie św. Jana)”² a *teologia Pawłowa* to „objawiona i natchniona nauka, którą wyłożył w swoich listach św. Paweł”³.

Teologię mediów zaliczam do teologii „zakresowych”, jak teologię pracy, wyzwolenia czy języka. Przypisuję jej tym samym jako przedmiot zainteresowania badawczego wszystkie teologiczne aspekty społecznego, politycznego, ekonomicznego, kulturalnego, etycznego, prawnego itp. funkcjonowania mediów. Ale to nie jest takie proste, bo oczywiście w teologii mediów nie może zabraknąć elementów teologii moralności, teolo-

¹ Karl Rahner, Herbert Vorgrimler: *Mały słownik teologiczny*. Przeł. Tadeusz Mieszkowski, Paweł Pachciarek, IW Pax, Warszawa 1987, s. 466-489.

² Jw., s. 477.

³ Jw., s. 483.

gii prawa, teologii polityki, teologii znaku, teologii własności, a także teologii Pawłowej. Nie wyobrażam sobie zresztą „prawdziwej” teologii mediów jako świeckich nauk o mediach, tyle że rozszerzonych o teologię jako swego rodzaju lektorat.

Jeżeli chwila zastanowienia się nad treścią pierwszego składnika wyrażenia *teologia mediów* uświadamia bogactwo możliwych znaczeń, odmian i dziedzin teologii, to podobna różnorodność znaczeń wiąże się z drugim członem tego wyrażenia, czyli z *mediami*. Potocznie bowiem „media to prasa, telewizja i radio rozpatrywane razem ze względu na ich rolę w przekazywaniu informacji ogromnej liczbie ludzi i kształtowaniu opinii publicznej”⁴. Z medioznawczego punktu widzenia rozróżnia się – pod względem funkcjonalnym – media (1) służące artykulacji treści (np. języki, znaki drogowe), (2) służące utrwalaniu i magazynowaniu treści (np. pióro, kamera, płyty), (3) służące przetwarzaniu i odtwarzaniu treści (np. komputer, telewizor), (4) służące zwielokrotnianiu i transmisji treści (np. czasopisma, sieci radiowe i telewizyjne, Internet), (5) służące organizacji dyfuzji treści i dostępu do niej (np. agencje, wydawnictwa, kina, stacje radiowe i telewizyjne).⁵ Przypuszczam, że teologia mediów skoncentruje swoje zainteresowanie na mediach typu czwartego i piątego, tzn. na mediach służących zwielokrotnianiu i transmisji treści oraz organizacji jej dyfuzji, a właściwie na zachowaniach i na działaniach ludzi obsługujących te media i korzystających z nich.

Teologię mediów można traktować – i tak pewnie jest ona traktowana w wielu kręgach – jako nowe otwarcie teologii środków społecznego przekazu, czyli specjalności powstałej w r. 1992 w Akademii Teologii Katolickiej w Warszawie a kontynuowanej na Uniwersytecie Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie. W r. 2010 na Uniwersytecie Papieskim Jana Pawła II w Krakowie dotychczasowa Katedra Teologii Środków Przekazu przemianowana została na Katedrę Teologii Mediów.

Wszystko zaczęło się jak wiadomo 4 grudnia 1963 r., kiedy to II Sobór Watykański uchwalił Dekret o środkach społecznego przekazywania myśli „*Inter mirifica*”, uznany za najważniejszy XX-wieczny dokument Kościoła katolickiego poświęcony mediom. Jego ważność wynikała stąd, że była to pierwsza oficjalna wypowiedź soboru powszechnego na temat mediów elektronicznych. Aby docenić wielką przenikliwość tego dokumentu, trzeba przypomnieć, że powstał on kilka lat przed organizowaną przez UNESCO konferencją w Montrealu w r. 1969, którą się uważa za punkt zwrotny w postrzeganiu społecznej roli mediów i medioznawstwa. Istotny krok naprzód w praktycznej konkretyzacji idei Dekretu „*Inter mirifica*” uczyniła watykańska instrukcja duszpasterska „*Aetatis novae*” z r. 1992, która się walenie przyczyniła do narodzin teologii środków społecznego przekazu.

Dekret „*Inter mirifica*” wprowadził pojęcie *środków społecznego komunikowania* (por. „*Decretum de instrumentis communicationis socialis*”). W polskim przekładzie tytułu tego dekretu wyrazowi *communicatio* odpowiada wyrażenie *przekazywanie myśli* (por.

⁴ *Inny słownik języka polskiego PWN*, t. 1, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2000, s. 838. Pomijam fakt, że jako termin specjalistyczny „Media to także elektryczność, gaz, woda i inne zasoby dostępne w sieci, np. energetycznej, gazowej lub wodociągowej.” *Inny słownik...*, jw., s. 839.

⁵ Walery Pisarek: *Wstęp do nauki o komunikowaniu*. Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2008, s. 82-84.

„Dekret o środkach społecznego przekazywania myśli”), ale w katolickim piśmiennictwie kościelnym i w dyskursie medialnym pojęcie *środków społecznego komunikowania* zostało spopularyzowane w formie *środków społecznego przekazu*. A więc nie *komunikowanie* (etymologicznie ‘uwspólnianie’), nie *przekazywanie myśli*, ale sam „przekaz”. Moim zdaniem, przyjęcie wówczas terminu *środki przekazu*, wzorowanego na urzędowym świeckim terminie *środki (masowego) przekazu*, nie było najszcześniejsze.

Wymiana przymiotnika *masowy* na *społeczny* wydaje się uzasadniona na gruncie potocznego języka, w którym „masowe jest to, co dotyczy bardzo wielkiej liczby ludzi, np. obejmuje ich lub jest dla nich przeznaczone”⁶. Ale w socjologii i medioznawstwie masowość przekazywania czy masowość publiczności nie oznacza wielkiej liczby odbiorców, ale tylko ich nieustrukturyzowanie i rozproszenie. I w tym sensie *społeczny* nie kłóci się z *masowym*.

A ponadto warto przypomnieć, że wyrażenie *środki masowego przekazu* jest kalką rosyjskiego *sriedstwa massowej pieriedaczi*. O ile jednak rosyjska *pieriedacza* znaczy przede wszystkim ‘przekazywanie’ (czynność!), polski *przekaz* wskazuje przede wszystkim ‘to, co jest przekazywane’ (przedmiot!). Źle świadczy o dyscyplinie jej terminologia, jeżeli w niej ten sam wyraz znaczy bądź to ‘komunikat’ (ang. *message*), bądź to ‘transmisja, komunikowanie’ (ang. *transmission, communication*). Z tego względu w latach siedemdziesiątych w Ośrodku Badań Prasoznawczych przyjęto zasadę, że wyrazem *przekaz* nazywamy „to, co jest przekazywane”, a więc używamy go tylko tam, gdzie po angielsku użyłoby się wyrazu *message*. Ta zasada wymagała unikania określeń *środki przekazu, środki masowego przekazu, środki społecznego przekazu*.

Jak w takim razie nazwać gazety, czasopisma, radio i telewizję łącznie. Wygodnym, bo międzynarodowym terminem okazały się pożyczone z angielskiego *media, media masowe* (raczej nie *mass media*, bo to – moim zdaniem – rażący anglicyzm). Ale terminy te ze względu na potrzeby teorii, praktyki i dydaktyki dziennikarskiej są zbyt szerokie. Mediami masowymi są też książki, plakaty, płyty, kasety, które od mediów „dziennikarskich” różnią się jednorazowością i nieperiodycznością. A media ciągłe i periodyczne, czyli gazety, czasopisma, radio i telewizja, bywały w latach siedemdziesiątych nie tylko w Polsce w różnych okolicznościach nazywane prasą. W wyrażeniach takich jak *rzecznik prasowy, prawo prasowe, konferencja prasowa* „prasowość” łączy przedstawicieli gazet, czasopism, radia i telewizji, a dziś także i Internetu, oddzielając ich od reprezentantów mediów nieperiodycznych. Samo prasoznawstwo zresztą już w latach sześćdziesiątych deklarowało zainteresowanie badawcze nie tylko mediami drukowanymi, ale i elektronicznymi.

Takie rozumienie prasy zaakceptowane zostało w roku 1981 przez Zespół Prawa Prasowego Centrum Obywatelskich Inicjatyw Ustawodawczych „Solidarności”. Opracowany przez ten Zespół i uchwalony w dn. 12 grudnia 1981 r. (nawiasem mówiąc na dwie godziny przed wprowadzeniem stanu wojennego) projekt Ustawy o prawie prasowym stanowił w art. 1:

⁶ *Inny słownik ..., t. 1, s. 829.*

„W rozważaniu niniejszej ustawy:

- „Prasa” oznacza wszelkie istniejące i powstające w wyniku postępu technicznego środki komunikowania masowego, a w szczególności:
- wszelkie ukazujące się nie rzadziej niż raz do roku druki periodyczne (gazety, czasopisma), programy radiowe i telewizyjne, kroniki filmowe oraz inne przekazy audiowizualne – publikujące materiały prasowe w sposób nie zastrzeżony do użytku wewnętrznego;
- wydające serwisy agencyjne.”⁷

To pod wpływem tego „Solidarnościowego” projektu Ustawy o prawie prasowym wprowadzona została do obowiązującej Ustawy z dnia 26 stycznia 1984 roku Prawo prasowe szeroka definicja prasy:

„Art. 7.1. Ustawa reguluje prasową działalność wydawniczą i dziennikarską.

- W rozumieniu ustawy:

prasa oznacza publikacje periodyczne, które nie tworzą zamkniętej jednorodnej całości, ukazujące się nie rzadziej niż raz do roku, opatrzone stałym tytułem albo nazwą, numerem bieżącym i datą, a w szczególności: dzienniki i czasopisma, serwisy agencyjne, stałe przekazy teleksowe, biuletyny, programy radiowe i telewizyjne oraz kroniki filmowe; prasą są także wszelkie istniejące i powstające w wyniku postępu technicznego środki masowego przekazywania, w tym także rozgłosnie oraz tele- i radiowęzły zakładowe, upowszechniające publikacje periodyczne za pomocą druku, wizji, fonii lub innej techniki rozpowszechniania; prasa obejmuje również zespoły ludzi i poszczególne osoby zajmujące się działalnością dziennikarską.”⁸

Czyż taka definicja prasy nie usprawiedliwiałaby istnienia w wyższej uczelni katolickiej prowadzącej studia o kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna Katedry Teologii Prasy? Teoretycznie – przynajmniej moim zdaniem – w pełni usprawiedliwiałaby, w praktyce jednak okazuje się, że nie tylko nie ma w Polsce katedry teologii prasy, ale przeglądarka Google nie znajduje ani jednej odsłony dla wyrażenia *teologia prasy* mimo pojedynczych dokumentacji wyrażen *theology of the press* i *Theologie der Presse*.

Warto jeszcze przypomnieć, że w ramach Wydawnictwa Diecezji Tarnowskiej „Biblos” ukazują się książki w serii wydawniczej Teolingwistyka. Tytuł serii jest jednocześnie nazwą dyscypliny⁹, utworzoną według wzoru socjolingwistyka, psycholingwistyka, politolingwistyka. Analogia strukturalno-semantyczna tych nazw sugeruje, że tak jak socjolingwistyka jest lingwistyką wyjaśniającą zjawiska i procesy językowe czynnikami

⁷ *Obywatelskie inicjatywy ustawodawcze Solidarności 1980-1990*. Wydawnictwo Sejmowe, Warszawa 2001, s. 156.

⁸ Ustawa z dnia 26 stycznia 1984 roku Prawo prasowe. Tekst ujednolicony.

⁹ Elżbieta Kucharska-Dreiss: *Teolingwistyka – próba popularyzacji terminu*, [w:] *Język religijny dawniej i dziś. Materiały z konferencji, Gniezno 15-17 kwietnia 2002*, red. Stanisław Mikołajczak i Tomasz Węclawski, Wydawnictwo „Poznańskie Studia Polonistyczne”, Poznań 2004.

społecznymi, tak teolingwistyka tłumaczy zjawiska i procesy językowe czynnikami religijnymi. Inna sprawa, że przynajmniej niektóre pozycje tej serii, wykraczając poza ramy lingwistyki, należą raczej do „teomediologii” niż do teolingwistyki¹⁰. Sama zaś teolingwistyka, a raczej *theolinguistics* powstała jako odrębna dyscyplina naukowa na początku lat osiemdziesiątych XX w. Za jej twórcę uznawany jest Jean-Pierre van Noppen¹¹, a rozpowszechnienie jej nazwy zawdzięczamy Davidowi Crystalowi, który ją uwzględnił w opublikowanej w 1987 r. „The Cambridge Encyclopedia of Language”¹².

Sądząc po liczbie odsłon w przeglądarce Google, nazwa *teologia środków społeczne-go przekazu* (18700) przynajmniej w sieci w końcu 2012 r. wielokrotnie przewyższa częstotliwością występowania nie tylko *teologię mediów* (6210), ale także *teolingwistykę* (1840), *teologię języka* (162), a zwłaszcza *teologię środków przekazu* (4), *teologię środków społecznego komunikowania* (2) i wreszcie nieobecną w Internecie *teologię prasy* (0).

Z tych siedmiu określeń tylko *teolingwistyka* i *teologia języka* wyróżniają się swoistością językoznawczo zorientowanego znaczenia. Można się spodziewać, że oba pozostaną w użyciu z repartycją znaczenia podobnie jak analogiczna para socjolingwistyka i socjologia języka: socjolingwistyka to językoznawstwo skoncentrowane na wyjaśnianiu procesów językowych czynnikami społecznymi; socjologia języka to socjologia zajmująca się rolą języka w społeczeństwie; *teolingwistyka* to językoznawstwo skoncentrowane na wyjaśnianiu procesów językowych czynnikami religijnymi; *teologia języka* to teologia zajmująca się rolą języka w życiu religijnym.

Na podstawie obserwacji częstości występowania w zasobach Internetu pozostałych pięciu terminów można zaryzykować hipotezę, że w niedługim czasie dotychczasową dominację ilościową *teologii środków społecznego przekazu* przerwie awans *teologii mediów*. Nie tracę jednak nadziei, że z czasem – przynajmniej w dyskursie naukowym – wrócimy do źródeł, tzn. do *teologii środków społecznego komunikowania*, a raczej *teologii środków społecznej komunikacji*, czyli *ad theologiam instrumentorum communicationis socialis*. ■

¹⁰ Np. Dorota Zdunkiewicz-Jedynak (red.): *Dyskurs religijny w mediach*, Biblos, Tarnów 2010.

¹¹ *Theolinguistics*, ed. J.-P. van Noppen, U.L.B./ V.U.B, Brussel 1981.

¹² Kazimierz Misiaszek, sdb: *Próba poszukiwania zasad używania języka w katechezie* [w:] <http://www.opoka.org.pl/biblioteka/T/TA/TAK/km.jezyzkzasady.html>.