

Warszawa, 24 września 2022 r.

Ocena rozprawy doktorskiej

o. mgr Marcina Ciechanowskiego, *Funkcja ewangelizacyjna rozgłośni katolickich w Polsce. Studium analityczno-badawcze formatowania i recepcji przekazów radiowych*, Kraków 2022, ss. 460, napisanej w ramach Instytutu Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej, na Wydziale Nauk Społecznych UPJPII, pod kierunkiem dr hab. Klaudii Cymanow-Sosin.

Za czasów Sokratesa ateński Areopag był symbolem poszukiwania prawdy. Za czasów św. Pawła podryfował w stronę nowinkarstwa, co wskazywało na jego postępującą dekadencję. Święty Paweł podjął dyskusję z Ateńczykami, mimo że traktowali go co najwyżej jako ciekawostkę. Jednakże dla niego głoszenie Chrystusa było o wiele ważniejsze od tego, czy go przyjmą, czy też nie. XX-wieczna rewolucja kulturalna i obyczajowa zmieniła media w pierwszy areopag współczesności. Obejmują audytorium o ogromnym zasięgu, ich siłę wzmacnia powiązanie z polityką i ekonomią. To sprawia, że są wszechobecne do tego stopnia, iż dla współczesnego mieszkańca naszego globu stały się przedmiotem pierwszej potrzeby. Niszczą prywatność człowieka i uzależniają go od siebie. Tworzą mediosferę, będącą obszarem sztucznym, a jednocześnie środowiskiem, w którym człowiek przebywa i realizuje swe cele. Mają wpływ na masę odbiorców, wkraczając w niemalże każdą dziedzinę ich życia. Statystyczny praktykujący katolik otrzymuje około kilkunastu minut niedzielnej Dobrej Nowiny, podczas gdy wpływowi mediów podlega przez kilkadziesiąt godzin tygodniowo. Oddziałują na postawy, intelekt, wolę, aktywność lub jej brak i przez to (de)formują człowieka. Bez względu na ich wady Kościół widzi w mediach ważne miejsce i narzędzie ewangelizacji. Ma to być ewangelizacja mediów i przez media. Św. Jan Paweł II pisał: „Chrześcijańscy pracownicy środków przekazu mają do spełnienia zadanie prorockie, swego rodzaju powołanie: winni otwarcie występować przeciw fałszywym bogom i idolom współczesności, takim jak materializm, hedonizm, konsumpcjonizm, ciasny nacjonalizm. Przede wszystkim zaś mają obowiązek i przywilej głosić prawdę — chwalebną prawdę o ludzkim życiu i przeznaczeniu, objawioną we Wcielonym Słowie. Oby katolicy działający w środowisku społecznego przekazu potrafili głosić Jezusa «na dachach» z coraz większą odwagą i radością, tak aby wszyscy ludzie usłyszeli o miłości, która jest sercem «samoprzekazywania» się Boga w Jezusie Chrystusie” (JAN PAWEŁ II, *Rozgłaszajcie to na dachach. Ewangelia w epoce globalnej komunikacji*, „L'Osservatore Romano, wyd. polskie” nr 4 (2001), 4).

Chrześcijanie są obecni na areopagu mediów w wieloraki sposób. Postrzegają je jako dar Boży. Nic dziwnego, że o. Maksymilian M. Kolbe wydawał prasę, założył rozgłośnię radiową, a wokół nich zorganizował wspólnotę monastyczną w Niepokalanowie. W tym samym czasie na drugiej

półkuli ziemskiej abp Fulton Sheen stał się najbardziej rozpoznawalnym w USA ewangelizatorem radiowym, a potem także telewizyjnym, przyciągając do odbiorników miliony słuchaczy i widzów, nagrodzony za to statuetką Grammy za osobowość medialną i wymieniany w gronie najbardziej wpływowych katolików w świecie. Praca doktorska o. Marcina Ciechanowskiego wpisuje się w ten obszar aktywności Kościoła, stawiając pytanie, z punktu widzenia teorii komunikacji oraz wiedzy teologicznej, o funkcję ewangelizacyjną radia. Wybór tego narzędzia społecznego oddziaływania za przedmiot badań wynika, według Doktoranta, ze szczególnego skupienia na słowie mającym podstawowy walor ewangelizacyjny jako wybrany przez Boga samego uprzywilejowany komunikator Jego łaski. Stoi za tym również wieloletnie doświadczenie Autora w pracy w katolickich rozgłośniach radiowych.

Istota zagadnienia

Wśród powodów podjęcia badań w tym zakresie Doktorant wymienia nakaz misyjny Chrystusa (por. Mk 16, 15) oraz samoświadomość Kościoła traktującą ewangelizację jako wyraz najwyższej miłości względem człowieka. Środki społecznego przekazu oferują dziś współczesnym apostołom nieznane wcześniej możliwości zasięgu i oddziaływania. Fulton Sheen pisał: „W tamtych czasach nie wiedziałem jeszcze, że dzięki radiu i telewizji będzie mi dane zwracać się w ciągu pół godziny do większej liczby słuchaczy niż św. Paweł miał okazję poznać przez cały okres swojej misyjnej posługi” (*Skarb w glinianym naczyniu*, Esprit, Kraków 2020, s. 180). By podkreślić rolę mediów w dziedzinie ewangelizacji, Autor podjął wysiłek połączenia aksjomatu o pierwszeństwie przepowiadania Ewangelii w Kościele (s. 84-85) z wymogami kultury komunikacji i wiedzą z teorii komunikowania się ludzi we współczesnym świecie, ponieważ „ewangelizacja jest komunikacją” (s. 32). Misja głoszenia Ewangelii obejmuje nie tylko ewangelizowanych słuchaczy, ale i ewangelizującego dziennikarza, jak też katolickie media. W świetle teorii komunikacji nowego znaczenia nabiera misyjne wezwanie Chrystusa (s. 82). Zresztą, samo pojęcie komunikacji przyczynia się do lepszego teologicznego uzasadnienia samej misyjnej natury Kościoła, jego ontologii.

Proces komunikacji jest procesem na wskroś osobowym. *Communicatio* nie polega jedynie na przekazywaniu treści (*transmissio*), ale przede wszystkim na wzajemnym komunikowaniu się osób. Sam Bóg, będący Trójcą Świętą, urzeczywistnia swe życie wewnętrzne we wzajemnym komunikowaniu się Boskich Osób. W taki też sposób Bóg objawia swą naturę wobec świata – jako autokomunikację Siebie osobom ludzkim (tym pojęciem posługuje się w odniesieniu do Bożego Objawienia Sobór Watykański II, np. w Konstytucji *Dei Verbum*, 6). W analogiczny sposób Kościół urzeczywistnia własną istotę – właśnie poprzez akt autokomunikacji. Ten sposób oddziaływania Kościoła na zewnątrz, będący zarazem jego sposobem i sensem istnienia, staje się znakiem dla świata i przyciągającą siłą, która prowadzi do wiary w Chrystusa.

Wiara przeżywana domaga się przekazywania, podobnie „komunia” potrzebuje komunikacji. W 1985 roku katolicy biskupi orzekli, iż pojęcie komunii najlepiej oddaje naturę Kościoła i jego zakorzenienie w Trójcy Osób Boskich. To, co stanowi treść *communio* musi być przetłumaczone na praktykę *communicatio*. Wszystko, co determinuje byt Kościoła, a więc jego struktury, życiowe procesy i dynamizmy wzajemnej wymiany i przenikania, musi znaleźć swoje konkretne spełnienie komunikacyjne. Tylko w ten sposób Kościół potrafi urzeczywistnić samego siebie, swe podstawowe wezwanie „do przeżywania, a także wyrażania i przekazywania (*communicatio*) w dziejach (*missio*) jedności (*communio*) samego Boga” (Jan Paweł II, adhortacja *Christifideles laici*, 8). Komunikacja, czyli przekaz doświadczenia wiary Kościoła jest nośnikiem komunii. Przekazuje bowiem to, na czym sam jest oparty. W ten sposób wzniosła i misteryjna rzeczywistość komunii trynitarniej, odwiecznej miłości Boga oraz głębia tego daru umieszczona w tajemnicy Kościoła zostają „ściągnięte” na teren, na którym rozgrywa się ludzkie życie. Ono zaś skomponowane jest ze znaków, słów, procesów symbolicznych, gestów, czynów; jednym słowem – z aktów komunikacji, nośników znaczeń.

Dziś sporo racji przemawia za aplikowaniem zdobyczy teorii komunikacji do eklezjologii, zwłaszcza misyjnej. Zachęcające są w tym względzie osiągnięcia w możliwościach porozumiewania się, jakie człowiek osiągnął. Dowiedziono, że poprzez komunikację można nie tylko informować i wychowywać, ale wręcz umożliwiać uczestniczenie we własnym życiu innym, jak i móc samemu brać udział w życiu cudzym. W wielu dzisiejszych środowiskach, zwłaszcza ogarniętych przez dobrobyt, głównym problemem staje się brak komunikacji i głód osoby. Sytość wytwarza nową potrzebę: osobowych kontaktów i więzi przeciwko nudzie, samotności i społecznemu bankructwu. W tym kontekście nabiera coraz większego znaczenia możliwość odkrywania nowych dróg istnienia, które zawiera komunijna forma życia, jaką ma w sobie Kościół. Związek komunii i komunikacji pozwala docenić fakt, iż dar komunikacji otwiera przed interlokutorami szanse doświadczenia wspólnoty. W tym świetle trzeba dostrzec pierwotny, źródłowy akt komunikacyjny, jakim jest dialog osobowy w Bogu. Człowiek może zaistnieć jako podmiot biorący udział w tym dialogu: jako ktoś słyszący słowo miłości Ojca, poprzez głos Ducha Świętego w sercu, zapraszający go do jedności z Synem Bożym. I pomyśleć, że życiowa moc komunikacji stwarza środowisko Kościoła. Efektem tejże osobowej komunikacji wiary w Chrystusa jest ów kompleks relacji miłości i jedności, nawrócenia i pojednania, modlitwy i działania, który tworzy w sumie historyczny kolektywny podmiot zwany Kościołem. Przekazuje on innym to, czym sam żyje: słowo i sakrament. Słowo, którym się karmi i które przepowiada innym jest żywym, stwórczym słowem Boga, zaś sakrament jest sposobem zareagowania na nie i wstąpienia w obręb działania Tego, który mówi – Osoby Słowa, Jezusa Chrystusa, tu i teraz. Właśnie Słowo i sakrament stanowią prosty, empiryczny środek komunikacyjny Kościoła, który owocuje komunią. Każdy eklezjalny akt komunikacji przy pomocy Słowa Bożego i sakramentów ma moc odtworzenia, w nowych warunkach historycznych i osobowych, tego, co jest wiekiustym wydarzeniem komunii Ojca i Syna i Ducha Świętego. To, co w sakramencie Kościół otrzymuje, w

słowie przepowiadania przekazuje dalej. To, co słowo głoszone zwiastuje, sakrament potwierdza i «wciela» w życie. W ten sposób Kościół jako *missio* wciąż «wkopuje się» w ludzkie sprawy i biografie, w poszukiwaniu nowych terytoriów dla zaszczepiania daru życia płynącego z wiecznie trwałej Paschy swego Zbawiciela. Tranzytywność w przekazie życia Bożego światu, czyli wzajemne przechodzenie komunii w komunikację rzuca światło na rolę, jaką mają w tym procesie środki masowego przekazu. W takim kontekście zrozumiałem pytanie, jakie zadał sobie w swej obszernej i bogato podpartej szeregiem przeprowadzonych badań dysertacji Doktorant; pytanie o funkcję ewangelizacyjną rozgłośni radiowych. Autor podjął swe badania w specyficznej sytuacji społecznych ograniczeń relacji i prawnych restrykcji zabraniających zgromadzeń, w tym liturgicznych, wywołanych pandemią koronawirusa od 2020 roku, w kontekście dyspensy udzielonej przez polski Episkopat od obowiązku uczestnictwa w niedzielnej mszy świętej oraz zachęty do udziału w nabożeństwach transmitowanych przez radio, telewizję i Internet (s. 11).

Struktura pracy

Przedmiotem badań podjętych przez Doktoranta są wybrane radiostacje katolickie w odniesieniu do wypełnianej przez nie misji ewangelizacyjnej ocenianej z punktu widzenia medioznawczego. Postępowanie badawcze Autora polegało na studium literatury przedmiotu, analizie i interpretacji pozyskanych wyników, sformułowaniu hipotez i ich weryfikacji w oparciu o przyjętą metodologię nauk o komunikacji społecznej i o mediach w świetle ewangelizacji jako najważniejszego zadania Kościoła. Celem tego jest opracowanie najbardziej skutecznego modelu dotarcia do poszczególnych grup z ewangeliczną Dobrą Nowiną (s. 28) oraz ocena stanu przygotowania katolickich mediów na to wyzwanie epoki.

Dysertacja zbudowana jest ze wstępu, czterech rozdziałów, zakończenia, bibliografii i wykazu rycin. Pierwszy rozdział zawiera przegląd literatury w zakresie głoszenia słowa Bożego z wykorzystaniem mediów, jak i przegląd osiągnięć naukowych w obszarze nauk o komunikacji społecznej i medialnej. W ramach pojęcia „ewangelizacja” Autor wyróżnił zaopatrzone w odpowiednie przedrostki jej zasadnicze fazy w odniesieniu do form i grona odbiorców: pre-ewangelizację oznaczającą budzenie zainteresowania Bogiem i chrześcijaństwem (s. 37); re-ewangelizację skoncentrowaną na głoszeniu Osoby Chrystusa i budzeniu potrzeby dokonania wyboru-nawrócenia; oraz post-ewangelizację mającą za zadanie zakotwiczenie doświadczenia wiary w kulturze (s. 72), we wspólnocie oraz myśleniu katolickim w kategoriach etyki społecznej (s. 35. 75). Autor szczególną uwagę poświęcił chrześcijańskiemu kerygmatowi w postaci przepowiadania faktu zbawienia w Chrystusie ukrzyżowanym i zmartwychwstałym, które nie zakłada wiary w słuchacza, ale ją wzbudza, i jego powiązaniu ze świadectwem życia oraz dalszą inicjacją wierzącego w sakramenty i Kościół. Media mogą być narzędziem przydatnym w pierwszym etapie tego procesu,

ponieważ „świat wirtualny nigdy nie będzie mógł zastąpić świata realnego” (s. 87). Do drugiego etapu należy wspólnota wiary i sakrament. Zadanie to wymaga dziennikarza jako głosiciela Dobrej Nowiny, a także odpowiedniego sformatowania mediów dla ewangelizacji.

Drugi rozdział poświęcony został prezentacji radia jako medium ewangelizacyjnego. Autor skupił się na opisie właściwości przekazu radiowego na podstawie misji wybranych rozgłośni radiowych katolickich: Radia Maryja, Radia Dobra Nowina, Radia Jasna Góra i Radia Profeto, różniących się między sobą w zakresie oddziaływania, w statutowej strukturze organizacyjnej, formach przekazu, gronie odbiorców, możliwościach technologicznych. Przy tej okazji Autor przywołuje zjawiska intermedialności (s. 163), interferencji międzymedialnej (s. 164), hybrydyzacji gatunków radiowych (s. 166), interaktywności (s. 182) oraz multimedialności (s. 183), by wskazać na możliwości komunikacyjne dzisiejszego radia, a zarazem na fakt, iż Kościół buduje aktualną społeczność chrześcijańską na „cyfrowym kontynencie” (s. 183). Według Doktoranta multimedialność i dygitalizacja środków społecznego przekazu są nową szansą dla ewangelizacji (s. 184).

W trzecim rozdziale Doktorant, po przeglądzie literatury i analizie możliwości stacji radiowych – co miało uzasadniać wybór tematu – dokonał opisu podjętej procedury badawczej: postawienie hipotez głównych i pomocniczych, a także pytań badawczych; opis metodologii (model mieszany metod z nauk społecznych i nauk o komunikacji społecznej, z zastosowaniem narzędzi z obszaru neuronaukowego: elektroencefalografu i badań okulograficznych, s. 189-191) i samego procesu badawczego w oparciu o zasadę triangulacji analiz medialnych (s. 186). Celem badań jest stwierdzenie i analiza funkcji ewangelizacyjnej mediów, ich przedmiotem szerokie spojrzenie na przekazy ewangelizacyjne (s. 190). Dwie postawione hipotezy badawcze dotyczyły przydatności mediów w dziele ewangelizacji, zwłaszcza w kontekście wzrastającej mediatyzacji życia codziennego ludzi oraz w warunkach ograniczenia naturalnych relacji społecznych wywołanych przez sytuacje kryzysowe (tu pandemię od 2020 roku), a także twierdzenia, iż kryzys komunikacji staje się szansą do tworzenia nowych relacji przy założeniu dobra duchowego wnoszonego przez media. Dodatkowe hipotezy dotyczyły warunków umacniających więź użytkowników mediów z Kościołem oraz zastosowania form oddziaływania medialnego adekwatnych dla poszczególnych faz ewangelizacji (pre-, re-, post-). Autor zakładał, iż ewangelizacyjny cel będzie lepiej i szybciej osiągalny w warunkach zastosowania interaktywności, skorelowania różnych technik oddziaływania i wyrazistości przekazu treści religijnych i sakralnych (s. 195).

W celu weryfikacji tych hipotez Doktorant posłużył się badaniami pilotażowymi w celu wyłonienia odpowiednich stacji radiowych (150 losowo wybranych respondentów w celu przygotowania kwestionariusza ankietowego, s. 199), badaniami właściwymi z użyciem czteroczęściowego kwestionariusza na grupie pół tysiąca osób; analizą zawartości w ramach tygodniowego monitoringu programów w wieczornej ramówce czterech wybranych stacji radiowych;

całodniowym monitoringiem 4 stacji w dniu 15 marca 2020 roku, po ogłoszeniu przez KEP zmian związanych z pandemią: pasma porannego, południowego i wieczornego (s. 246-248); wywiadami z zarządzającymi stacjami oraz analizą porównawczą rozgłośni w eksperckiej grupie respondentów. Wśród wniosków Autor wymienił: potrzebę alternatywy wobec medialnego mainstreamu, skoncentrowanie się na duchowych potrzebach słuchacza, imperatyw odróżniania się od innych radiostacji, tworzenie medialnej odmienności a nie rywalizacji z innymi nadawcami, postawienie na refleksję i duchową lekturę wydarzeń w świetle Bożego słowa, a nie na wyścig o newsy, i wreszcie niezależność od reklam i narzucanej perswazji. Wszystko to ma dowodzić proroczej misji katolickiego radia (s. 351). Autor znalazł też potwierdzenie dla swej założonej dystynkcji funkcji ewangelizacyjnej radia na strategię preewangelizacyjną (przybliżać, przygotować, zaprosić), ewangelizacyjną sensu stricte (głoszenie kerygmatu) oraz strategię katechetyczno-duszpasterską (dla osób na co dzień żyjących słowem Bożym) (s. 361).

Czwarty rozdział został poświęcony ewangelizacji jako przejawowi dziennikarstwa jakościowego. Tym pojęciem objęte są zadania profesjonalizmu połączonego ze świadomie spełnianą rolą głosiciela Ewangelii. W tym celu posłużono się badaniami przy użyciu narzędzi z obszaru neuronauki: pomiarów elektroencefalograficznych dotyczących uwagi, koncentracji i sposobu reagowania na programy radiowe w paśmie wieczornym wybranych stacji. Wyniki tych badań posłużyły sformułowaniu rekomendacji dotyczących dziennikarstwa jakościowego rozumianego jako dziennikarstwo zintegrowane co do form i treści przekazu (s. 421). Konkluzją dysertacji było potwierdzenie przez Doktoranta założonych hipotez. Wynika z nich, iż w kontekście pandemii i związanych z nią restrykcji oraz utrudnień realnych relacji społecznych, a także dyspensy udzielonej przez polskich biskupów można stwierdzić, iż radio stanowi medium przydatne w dziele ewangelizacji z racji swych właściwości towarzyszących, wspierających i podtrzymujących na duchu względem człowieka zmagającego się z wymogami i trudnościami swej egzystencji. Jako środek przekazu Dobrej Nowiny spełnia też dodatkową funkcję „katalaksji” czyli przyjmowania do wspólnoty rozproszonych i zagubionych słuchaczy, a także przemiany wroga w przyjaciela (s. 425-426). Radio spełnia dobrze swoją funkcję ewangelizacyjną w warunkach kryzysu, pod warunkiem nie tylko oferowanych Kościołowi możliwości technicznych i ogromnego promienia zasięgu, ale i odpowiedniego duchowego i etycznego przygotowania dziennikarzy. Autor jest świadomy ograniczonej w tym zakresie roli mediów: one nigdy nie zastąpią bezpośredniego kontaktu i żywej wspólnoty Kościoła i sakramentu. Budowanie więzi wiary tylko poprzez media może doprowadzić do zdeformowania wyobrażenia o Bogu i Kościele. Zamiast wzmacniać tę więź, osłabi ją, o ile jej nie unicestwi. Funkcja ewangelizacyjna mediów może być tylko dopełnieniem życia sakramentalnego oraz realnej inicjacji we wspólnotę Kościoła. Kościół i media katolickie potrzebują zatem ścisłej współpracy i zaufania. Są wspólnie ustanowione do komunikowania życia Bożego i ewangelizacji (s.

435). Media nigdy nie zastąpią tradycyjnych sposobów głoszenia Chrystusa, ale w tym zadaniu są wielkim wsparciem i uzupełnieniem.

Ocena dysertacji

Praca jest skomponowana bez zarzutu co do strony formalnej, bogata w przypisy, wyposażona w rozległą, dobrze usystematyzowaną bibliografię. Autor posłużył się metodą analizy dokumentów i publikacji oraz metodami badawczymi ilościowo-jakościowymi z różnych dziedzin naukowych, przyjmując założenie interdyscyplinarności omawianego zagadnienia. Cennym elementem dysertacji jest zaprogramowanie rozległego i wieloaspektowego badania zawartości programowej rozgłośni radiowych przy użyciu różnych metod i narzędzi. Język pracy jest precyzyjny i jasny. Autor unika niepotrzebnych dla wywodu rozprawy dygresji oraz zbędnych informacji. Z jej treści wyziera spora erudycja Autora i znajomość literatury przedmiotu, a także duże doświadczenie w dziedzinie ewangelizacji oraz pracy z wykorzystaniem mediów. Twierdzenia, nieraz oczywiste i powszechnie podzielane, znajdują uzasadnienie w bogato zaprezentowanych technikach badawczych i ich wynikach, jak i w obficie przywoływanych i zestawianych rezultatach badań podejmowanych w innych ośrodkach naukowych i przez innych znawców dziedziny, nie tylko w Polsce, ale i na świecie. To praca ważna i potrzebna, zwłaszcza w zmedializowanym i zdigitalizowanym świecie, w którym – jak wyrażał się Marshall MacLuhan – środek staje się przesłaniem. Potrzeba takiej refleksji i takich badań zwłaszcza w świecie, w którym media zostały zaangażowane w rewolucyjny proces „powolnego marszu przez kulturę” w celu oderwania człowieka od Boga i zatarcia Jego obrazu i podobieństwa w ludzkiej duszy. Ksiądz Dolindo Ruotolo przestrzegał przed tym obrazowo, twierdząc, iż obecność diabła w naszych domach będzie rozpoznawalna po jego rogach wystających ponad dachy. Miał na myśli anteny odbiorcze. Kościół, i słusznie, rozumie znak owych anten jako zachętę do wzmożenia swej apostołskiej misji poprzez głoszenie tego, co usłyszał od Chrystusa, z poziomu tychże dachów i masztów transmisyjnych. „Co mówię wam w ciemności, powtarzajcie na świetle, a co słyszycie na ucho, rozgłaszajcie na dachach!” (Mt 10, 27).

Powinnością recenzenta jest także wskazanie na mankamenty pracy. Choć nie jest ich wiele, niemniej na niektóre postaram się zwrócić uwagę Autora. Autor usiłuje jak najszerszej ująć opisywane zjawiska i procesy, starając się objąć możliwie jak najszerszym spojrzeniem uwarunkowania, czynniki, okoliczności, publikowane badania i teorie, ryzykując tym samym w wielu miejscach utratą klarowności wywodu, nie unikając powtórzeń, zbędnych dystynkcji, dodatkowych szczegółów. Dysertacja jest wartościowa z powodu zgromadzonych danych i przeprowadzonych badań i weryfikacji. Ponadto przeprowadzona w warunkach ograniczeń związanych z pandemią i dyspensy od udziału w zbiorowych liturgiach Kościoła tym bardziej skoncentrowała uwagę na ewangelizacyjnej wartości mediów. Z tego powodu zasługuje ona na publikację książkową, do czego usilnie zachęcam.

Tym bardziej wymaga ona stylistycznego liftingu i uproszczenia zawartości. Autor nieraz żongluje żargonem właściwym ludziom pracującym w mediach bez podania wyjaśnień, np. „wzór lidu w tekście prasowym” (s. 174), „jingle” (s. 175), „metryczka” (s. 197), „badanie zostało dowożone” (s. 208), „potrzeby nieuwiadomione” (s. 398, być może to literówka), „kontent” (często; poza tym, że to słowo żargonowe, to jeszcze dwuznaczne). W treści pracy występuje wiele powtórzeń i zdań wyjaśniających, fraz przegadanych, np. funkcja współdzielenia zasobów „mieści się w polu współdzielenia bogatych zasobów” (s. 434); niefortunnych metafor: „radio jako medium intymne” (s. 434). Czasem zdarza się błędne oszacowanie danych, np. na wykresie 55%, w opisie pod spodem 2/3 respondentów (s. 214). W prezentacji monitoringu dziennego z 15 marca 2020 roku błędnie dwukrotnie zostaje przywołane Radio Maryja z krzywdą dla Radia Profeto (s. 273). Korekty wymaga także twierdzenie, iż „nie może zabraknąć orędzi Papieża Pawła VI z lat 70. i 80. XX wieku”, podczas gdy Paweł VI zmarł w 1978 roku (s. 20). Podobnie na s. 34 pada cytat z adhortacji *Evangelii nuntiandii* Pawła VI, po czym Autor pisze: „W tym ostatnim zdaniu Jan Paweł II pokazał bogactwo ludzkich talentów”. W Bibliografii brak wskazania źródeł w przypadku przemówień papieskich, miejsca i roku wydania w przypadku dokumentów Kościoła (czasem podany, czasem nie, brak jednolitości norm), przypisanie Pawłowi VI autorstwa dokumentów Soboru Watykańskiego (raz tak, raz inaczej), brak podania stron części lub artykułów zawartych w pracach zbiorowych, czasem brakuje informacji o wydawnictwie i miejscu wydania, o tłumaczu dzieł przekładanych na język polski (chodzi o ujednoczenie zapisu bibliograficznego). Razi też nieuwzględnienie publikacji Marshalla MacLuhana, choć Autor powołuje się na niego w tekście dwukrotnie (s. 169 i 435).

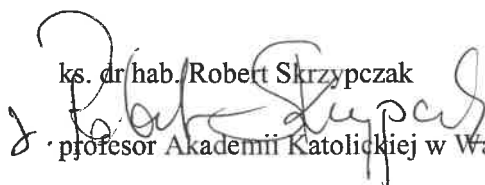
Dyskusyjna wydaje się też teza, że „istotą chrześcijaństwa nie jest głoszenie doktryny, lecz świadczenie o Bogu i miłości” (s. 31). Wprowadza drastyczny rozdzźwięk między doktryną Kościoła a świadectwem o Bogu, dychotomię pomiędzy prawdą a miłością, jakby miała istnieć jakaś miłość nieprawdziwa? Czy doktryną Kościoła nie jest objawienie Bożej miłości? Podobnie brzmią zdania: „Mylne też jest równoczesne głoszenie kerygmatu wraz z doktrynalnymi i katechetycznymi prawdami..., ewangelizacja i kerygmat nie może być wzbogacony przez treści stricte katechetyczne i doktrynalne” (s. 77); „gdy do kerygmatu dodajemy obficie... teologiczne prawdy, to możemy zgubić to, co istotne, w konsekwencji czego człowiek nie usłyszy Dobrej Nowiny i Jezus nie będzie już żywym Bogiem, a jedynie umarłym Człowiekiem” (s. 78). Ze zdania tego wynika, że „prawdy wiary” Kościoła są, w odróżnieniu od kerygmatu, nieistotne; mało tego: doktryna Kościoła jest informacją o zmarłym Człowieku. To niefortunne sformułowanie mogło by czytelnikowi zasugerować konieczność oddzielania teologii od przepowiadania, doktryny od duszpasterstwa. Nie są to zarzuty o charakterze merytorycznym kierowane przez teologa do Doktoranta, a jedynie sugestie potrzeby przebudowania zdań i korekty stylu w celu uniknięcia nieporozumień. Wszystkie te uwagi mają jedynie charakter techniczny i nie wpływają na jakościową ocenę dysertacji. Sama dysertacja natomiast bogactwem zebranego materiału sprzyja budzeniu nowych pytań i wyznaczaniu kierunków dalszych poszukiwań.

W związku z tym chciałbym przedłożyć pod dyskusję następujące pytania:

1. Czy radio może wytworzyć efekt porównywalny z tym, co daje bezpośredni przekaz Ewangelii? Pytam o to w kontekście wzmianki Benedykta XVI o „sakramentalności Słowa” (*Verbum Domini*, 54). A skoro nie da się udzielić sakramentu przez media, czy możliwe jest zatem przekazanie błogosławieństwa lub efektu egzorcyzmu?
2. A propos twierdzenia z dysertacji o „inspirowaniu słuchaczy do nawracania siebie” (s. 425), czy znane są Doktorantowi przypadki nawróceń (cudów, uwolnienia od nałogów) dokonanych za pośrednictwem radia? Chodzi o działanie Ducha Świętego za pośrednictwem fal radiowych. Innymi słowy: czy „bańka medialna” jest przepuszczalna dla Trzeciej Osoby Trójcy Świętej, czy chodzi jedynie o rodzaj „praeparatio evangelica”, czyli spowodowania warunku wstępnego dla Boskiego działania?

Wniosek

Mając na względzie całościową wartość dysertacji o. mgr Marcina Ciechanowskiego, jej walory metodologiczno-merytoryczne oraz poprawność strony formalnej, uważam, że w pełni odpowiada ona wymogom rozpraw doktorskich, a jej Autor może być dopuszczony do dalszego etapu przewodu doktorskiego, który to wniosek przedkładam Radzie Naukowej Wydziału Nauk Społecznych UPJPII w Krakowie.

ks. dr hab. Robert Skrzypczak

profesor Akademii Katolickiej w Warszawie