http://dx.doi.org/10.18778/7969-069-5.06

Andrzej Adamski
Uniwersytet Kardynała
Stefana Wyszyńskiego
w Warszawie
Wydział Teologiczny
Instytut Edukacji Medialnej
i Dziennikarstwa

Refleksja teologiczna nad naturą Kościoła rzymskokatolickiego a jego wizerunek medialny

Niniejszy artykuł porównuje treść refleksji teologicznej nad naturą Kościoła z tym, co na temat Kościoła mówią środki społecznego przekazu oraz inne dyscypliny naukowe. Jego celem jest zbadanie, czy perspektywa teologiczna refleksji o Kościele różni się od ujęcia tematyki Kościoła w innych dyscyplinach naukowych, czy też ma jakieś punkty styczne. Przyjęta hipoteza zakłada dość mocną rozbieżność tych perspektyw. Aby rozstrzygnąć, czy jest ona prawdziwa, autor przeanalizuje dostępną na ten temat literaturę, posługując się metodą analizy porównawczej. Wyniki analizy zostaną następnie poddane krytycznej ocenie.

Kościół – różne perspektywy badawcze

Mówienie i pisanie o Kościele katolickim zawsze stanowi pewien problem. Wynika to ze złożoności jego natury. Kościół sam w sobie może być przedmiotem zainteresowania wielu nauk. Dla niego samego na pierwszy plan wysuwa się refleksja teologiczna, jednak Kościół może być również przedmiotem zainteresowania socjologii, politologii, nauk o zarządzaniu, kulturoznawstwa, nauk prawnych… Każda z tych dyscyplin naukowych będzie ujmować rzeczywistość Kościoła w sobie właściwy sposób. Widzieć też trzeba szerszy kontekst badań nad Kościołem, mianowicie kontekst religii i religijności.

I tak, socjologa interesować będzie Kościół jako społeczność, grupa. Będzie on badał i opisywał rolę i miejsce Kościoła w społeczeństwie, relacje między jego poszczególnymi członkami i grupami. Socjolog będzie również badał samo zjawisko religijności (ponieważ ramy niniejszego tematu zamykają się w odniesieniu do Kościoła rzymskokatolickiego, autor skupi się na nim i na religii rzymskokatolickiej). Jednak w samym podejściu socjologicznym do Kościoła i religijności mogą być różnice

(np. w Polsce: kierunek kulturowy i szkoła analityczna). Można wyróżnić dwa typy ośrodków prowadzących badania nad religijnością: świeckie i kościelne. W samych badaniach nad religijnością można wyróżnić dwa odmienne stanowiska teoretyczne i metodologiczne. Pierwsze widoczne było głównie pośród socjologów orientacji marksistowskiej i zakładało, że nie można uprawiać socjologii bez przyjęcia określonych założeń ontologicznych, dotyczących np. religii lub człowieka. Drugie stanowisko jest neutralne i unika założeń ontologicznych, koncentrując się na założeniach metodologicznych. W tym ujęciu socjologia religii jest nauką świecką, która zajmuje się określonym aspektem zjawiska religijnego. Jej przedmiotem nie jest rzeczywistość nadprzyrodzona jako taka – ale wyobrażenia, jakie ludzie mają na jej temat, postawy wobec niej oraz wpływ wiary na religijne i świeckie dziedziny życia ludzkiego. Zatem tak pojmowana socjologia religii nie wartościuje zjawiska religijnego, ale opisuje fakty religijne jako fakty społeczne, analizuje je i wyjaśnia[1]. Socjologa w badaniach nad religijnością interesować będzie również badanie wspólnot i instytucji religijnych (rodzina, parafia, zakon, kapłaństwo), religijność różnych grup społecznych, związki między religijnością a innymi dziedzinami aktywności ludzkiej czy też rytuały religijne i świeckie[2].

Z punktu widzenia nauk o zarządzaniu można analizować strukturę Kościoła jako organizacji; także badać interesującą nas kwestię wizerunku Kościoła – do tego zagadnienia autor powróci w dalszej części wywodu.

Swoje zainteresowanie sprawami religii – a przez to również Kościoła katolickiego – zgłasza również politologia religii, choć zakres jej zainteresowań znacznie przekracza kwestie związane z Kościołem katolickim (zdaniem Kazimierza Banka mogą tu pojawić się takie zagadnienia, jak: wielcy prorocy i reformatorzy religijni oraz ich wpływ na losy społeczeństw i mentalność religijną; kult oficjalnych bóstw państwowych oraz religijnych patronów; sakralne funkcje króla oraz elity władzy; polityczne funkcje wyroczni i wróżbiarzy; wojny religijne oraz konflikty i postawy agresywne o podłożu religijnym; federacje religijne i polityczno-religijne; problem „narodu wybranego" i powiązanie tej kwestii z nacjonalizmem; partie polityczne nawiązujące do zasad religijnych; systemy relacji między organizacją państwową a organizacją religijną; państwa teokratyczne; sakralizacja prawa; przyjmowanie nowych religii przez narody wskutek

[1] Por. K. Ryczan, *Badania socjologiczne nad religijnością w Polsce (analiza socjologiczna)*, [w]: *Społeczno-kulturalna działalność Kościoła katolickiego w Polsce XIX i XX wieku*, red. R. Renz, M. Meducka, Kielce 1994, s. 9–11.

[2] Tamże, s. 13.

decyzji monarchów)[3]. Na pewno również w zakres zainteresowań politologii religii wchodzi kwestia władzy religijnej (rozumianej także w kategoriach wpływu ośrodków religijnych na opinię publiczną)[4]. Ponieważ politologia religii jest dziedziną dość młodą i swój przedmiot badań ukonstytuowała dopiero w drugiej połowie XX wieku, można przyjąć, że jest to proces, który ciągle trwa. Zdaniem Miroljuba Jeuticia, przedmiot politologii religii można określić jako: pojęcia, wyjaśnienia, porady, zachowania, konstrukcje religijnych dogmatów, doktryn, ich nauczanie i praktyki religijne, które są bezpośrednio i otwarcie związane z polityką; praktyki religijne, które nie mają wyraźnego przesłania politycznego, ale mogą sprowokować bezpośrednio konsekwencje polityczne; postawy uczestników życia politycznego (władz państwowych, partii politycznych, grup nacisku, *lobbies*, osób fizycznych) wobec religii i wspólnot religijnych[5].

Inne dyscypliny naukowe, które interesują się Kościołem i religią to np. kulturoznawstwo (kwestia wpływu Kościoła i religii na kulturę i sztukę, religijnych korzeni sztuki itd.), nauki prawne (miejsce Kościoła w systemie prawnym poszczególnych państw, własne prawo Kościoła – prawo kanoniczne, Kościół – a raczej Państwo Watykańskie, którego głową jest papież, będący jednocześnie ziemską głową Kościoła – jako podmiot prawa międzynarodowego itd.).

Refleksja teologiczna nad naturą Kościoła i jej wielorakie uwarunkowania

Dla Kościoła jednak najważniejsza jest refleksja dokonywana na gruncie nauk teologicznych. Narzuca się w tym miejscu pytanie: czy teologia może być uprawiana poza Kościołem? Badacze innych dyscyplin naukowych zapewne bez większego zastanowienia odpowiedzieliby twierdząco. Jeśli jednak zapytamy o to teologów katolickich, widzimy, że ich opinia jest przeciwstawna. Henryk Seweryniak, powołując się na słowa jednego z najwybitniejszych polskich teologów, Andrzeja Zuberbiera, zauważa, iż „teologia jest działalnością Kościoła i poza nim istnieć

[3] Por. K. B a n e k, *Politologia religii (zakres tematyczny, cele i perspektywy rozwoju)*, „Pantheon" 2007, nr 2, s. 166–168.

[4] Por. M. Ż y r o m s k i, *Religious Power as a Form of Political Power*, „Pantheon" 2007, nr 2, s. 181–182.

[5] Por. M. J e v t i c, *Political Science and Religion*, „Politics and Religion" 2007, vol. 1, nr 1, s. 63–64.

nie może. Zajmowanie się chrześcijaństwem, jego nauką, a nawet Pismem Świętym poza Kościołem i wiarą, czy też niezależnie od związków z Kościołem i żywionej wiary, ma charakter religioznawczy, nie jest natomiast teologią". Czym zatem jest teologia? Jest ona – odpowiadał – obok oficjalnego nauczania Magisterium, obok kaznodziejstwa i katechizowania, jedną z form wyjaśniania i głoszenia Objawienia przez Kościół. Wiąże się „najściślej zarówno z oficjalnym, kościelnym nauczaniem, jak też z przepowiadaniem słowa Bożego, służąc jednemu i drugiemu. Jest zatem swoistym sposobem spełniania przez Kościół jego misji głoszenia i wyjaśniania Objawienia"[6]. A. Zuberbier wymienia cztery podstawowe zadania teologii, jakimi są: bycie naukowym wykładem Objawienia, rozwijanie nauki kościelnej i jej trwałego dynamizmu w dziejach, uczenie dostrzegania tajemnic zbawienia „jako obecnych i działających w czynnościach liturgicznych i w całym życiu Kościoła" (DFK 16), wreszcie – poszukiwanie rozwiązywania ludzkich problemów w świetle Objawienia[7].

Żachną się zapewne na taką interpretację osoby innych niż katolickie wyznań oraz uprawiający inne dyscypliny naukowe, w skrajnym przypadku wręcz odmawiając teologii prawa do miana „nauki" – sprowadzając „naukowość" do badań czysto empirycznych. Trudno zaś mówić o badaniach empirycznych, gdy sama etymologia wyrazu „teologia" wskazuje, że jest ona nauką o Bogu – a zatem o rzeczywistości nadprzyrodzonej, wymykającej się ludzkiemu poznaniu empirycznemu (stąd np. Thomas Paine nazwał teologię „nauką o niczym"). Z tym wiąże się wiele innych trudności[8].

Jednak wyraźne stanowisko w tej kwestii zajął niedawno papież Benedykt XVI (występując tu niejako w podwójnej roli: i jako ziemska głowa Kościoła katolickiego – a przez to najwyższa wyrocznia w sprawach doktryny katolickiej, i jako wybitny teolog). W słynnym wykładzie w Ratyzbonie (znanym jednak głównie z reakcji nań świata islamskiego) papież powiedział m.in.: „Choć cieszymy się z nowych możliwości otwierających się przed ludzkością, widzimy także niebezpieczeństwa rodzące się z tych możliwości i musimy zadać sobie pytanie, jak możemy je przezwyciężyć. Uda nam się to uczynić tylko wtedy, gdy rozum i wiara

[6] H. Sewerniak, *Teologia na „progu domu"*, „Kultura – Media – Teologia" 2010, nr 1, s. 11. Cyt. za: A. Zuberbier, *Teologia*, [w:] *Słownik teologiczny*, red. A. Zuberbier, Katowice 1998, s. 589.

[7] Por. H. Sewerniak, *Teologia*..., s. 11–12.

[8] Obszernie omawia je R. M. Rynkowski, *Teologia spotkania i dialogu*, „Znak" 2010, nr 5, s. 88–94; http://www.miesiecznik.znak.com.pl/Tekst/pokaz/3762/ [dostęp: 30.01.2013].

spotkają się w nowy sposób, jeśli przezwyciężymy nałożone przez rozum sam na siebie ograniczenie do tego, co empirycznie sprawdzalne i jeśli ponownie otworzymy jego szerokie horyzonty. W tym znaczeniu teologia słusznie należy do uniwersytetu i do szeroko zakrojonego dialogu nauk, nie tylko jako dyscyplina historyczna i jedna z nauk humanistycznych, ale dokładnie jako teologia, jako dociekanie racjonalności wiary"[9]. Jej przedmiot formalny H. Seweryniak określa następująco: „Teologia zatem, po pierwsze, zajmuje się Bogiem i/lub innymi rzeczami w ich relacji do Boga; po drugie – wszystko, o czym rozprawia, ujmuje ona pod kątem Bożym (*sub ratione Dei*). Może zatem »iść« bardzo szeroko, może rozważać rozmaite zagadnienia, zawsze jednak – *sub ratione Dei*"[10]. Jeśli idzie o źródło poznania teologicznego, to jest nim „przyjęty w wierze Kościoła żyjący Chrystus i Jego Ewangelia. To w Jego świetle każdy teolog pracuje; z tego światła czerpie poznanie. Teologia zakłada zatem wiarę – wiarę eklezjalną, pozostającą w ścisłych relacjach z rozumem (*fides quaerens intellectum*). Teologia – napisał w książce *Wesen und Auftrag der Teologie* Joseph Ratzinger – żyje ze związku wiary i nauki. Kto usuwa ten paradoks, usuwa też teologię"[11]. To bardzo ważne stwierdzenie, zwłaszcza w kontekście pojawienia się propozycji „teologii niewyznaniowej" (związanej z nazwiskami Tadeusza Bartosia oraz Tomasza Węcławskiego/Polaka) i traktującej teologię jako refleksję poznawczą, będącą wyłącznym dwumianem wiary i poznania, bez uwzględnienia wymiaru wspólnoty Kościoła jako wspólnoty wiary[12]. Krytykę takiego podejścia przeprowadził Paweł Bortkiewicz, który zarzucił mu m.in. uznanie za źródło doświadczenia sprowadzonego wyłącznie do podmiotowego aspektu, przy całkowitym zbanalizowaniu Przedmiotu doświadczenia (Boga) i zignorowaniu relacji wspólnotowych, warunkujących to doświadczenie – co *de facto* oznacza sprowadzenie „teologii niewyznaniowej" do narracji postmodernistycznej[13].

---

[9] B e n e d y k t XVI, *Przemówienie na uniwersytecie w Ratyzbonie (Regensburg), 12.09.2006 r.*, tłum. M. Górnicki, „Opoka" 2006, 19.09, http://www.opoka.org.pl/biblioteka-/W/WP/benedykt_xvi/podroze/ben16-ratyzbona_12092006.html [dostęp: 30.01.2013].

[10] H. S e w e r y n i a k, *Teologia*..., s. 18.

[11] Tamże.

[12] Por. P. B o r t k i e w i c z, *Problem tożsamości teologii katolickiej*, „Teologia w Polsce" 2008, 2.2, s. 243–244.

[13] Por. tamże. Nie oznacza to bynajmniej deprecjonowania doświadczenia wiary jako źródła teologicznego i jego znaczenia dla teologii, przy zachowaniu wszakże pewnych warunków. Obszernie omawia to zagadnienie G. S t r z e l c z y k (*Doświadczenie wiary a teologia. Próba wstępnej systematyzacji problematyki*, „Teologia w Polsce" 2007, 1.1, s. 37–49).

Konkludując, można zatem stwierdzić, że zgodnie z katolickim stanowiskiem teologia ze swych źródeł i istoty jest kościelna. Jej sens i metoda realizują się w służbie prawdy, która jest darem Boga dla swojego ludu. Praca teologa odpowiada dynamizmowi wiary i życia Kościoła, jest bezinteresowną służbą wspólnocie wiernych. Rozpięta jest między oglądem Boga a życiem ludzkim[14]. Jest „*colloquium salutis* – rozmową podporządkowaną obiektywnym regułom *ratio*, ale o zbawczym (czyli subiektywnym, bo dotyczącym zawsze ludzkiego podmiotu) kierunku wynikania. Nie może się ona nigdy zadowolić samym tylko mówieniem o Bogu, musi bowiem równocześnie stale prowadzić do mówienia z Bogiem i do Boga. Figura teologii nie tyle »dyskutującej«, co »klęczącej« jest istotnym obrazem finalnym refleksji na temat sensu i metody *scientiae fidei*. Teologię da się autentycznie i skutecznie uprawiać jedynie w kontekście odpowiadającej jej praktyki duchowej (doświadczenia duchowego, z którego rodzi się teologia); to znaczy wtedy, kiedy jest się gotowym do pojmowania jej jako wyzwania życiowego; jako adoracji, w której uwielbienie Boga jest aktem rozumu"[15].

Jaki zatem jest obraz Kościoła wyłaniający się z jego autorefleksji, dokonywanej na gruncie teologicznym? Po pierwsze, wynika z niej, że Kościół nie jest dziełem tylko ludzkim. Wprawdzie składa się z ludzi – ułomnych i grzesznych – ale swoje początki czerpie z wezwania i wyboru, których źródłem jest Bóg, a nie człowiek. Genezę Kościoła łączy się z osobą Jezusa Chrystusa, który dla tegoż Kościoła jest Synem Bożym, drugą Osobą Trójcy Świętej. Jednak eklezjologia, czyli gałąź teologii zajmująca się wieloaspektową refleksją nad Kościołem, podkreśla, że Jezus, tworząc Kościół, wyraźnie nawiązywał do starotestamentalnej idei Ludu Bożego[16].

W historycznym ujęciu owa teologiczna autorefleksja Kościoła podlegała rozwojowi. Już w teologii biblijnej i Ojców Kościoła widoczne były teologiczne podstawy rozumienia Kościoła (jego wymiar trynitarny, hierarchia i charyzmaty, jedność i diakonia w Kościele i inne). Od średniowiecza, w wyniku ówczesnych uwarunkowań społeczno-politycznych więcej uwagi zaczęto poświęcać aspektom instytucjonalnym Kościoła. Doszło do sekularyzacji władzy kościelnej na Zachodzie. Pojawiło się wiele wypaczeń życia religijnego, co z kolei przyniosło zakwestionowa-

[14] Por. J. S z y m i k, *Teologia: sens i metoda. Konkluzja (projekt)*, „Teologia w Polsce" 2007, 1.1, s. 11–12.

[15] Tamże, s. 13.

[16] Por. H. S e w e r y n i a k, *Eklezjologia katolicka*, [w:] *Być chrześcijaninem dziś*, red. M. Rusecki, Lublin 1992, s. 213–214.

nie widzialnych struktur Kościoła w okresie reformacji[17]. Odpowiedzią była refleksja teologów katolickich i ukształtowanie się eklezjologii apologetycznej (fundamentalnej), która skoncentrowała się na obronie kapłaństwa, tradycji, sukcesji i prymatu papieskiego[18]. Choć nigdy nie zapomniano o dwuwymiarowej strukturze Kościoła, czyli jego naturze Bosko-ludzkiej, to jednak eksponowano szczególnie mocno instytucjonalne i widzialne struktury Kościoła, zaś niewidzialne i nadprzyrodzone postrzegano jako oczywiste same w sobie i nie poświęcano im większej uwagi[19]. Taki sposób myślenia cechował eklezjologię katolicką do Soboru Watykańskiego II. Była ona w tym ujęciu raczej „hierarchologią", czyniąc z Kościoła niemal wyłącznie instytucję powołaną i przeznaczoną do niezawodnego przechowywania oraz przekazywania prawdy Objawionej oraz udzielania zbawczego dzieła Chrystusa, zwłaszcza poprzez sakramenty[20]. Konstytucja soborowa *Lumen gentium* uwypukliła obraz Kościoła jako wspólnoty Boga z człowiekiem w dziejach; Kościoła, który jest sakramentem, darem i komunią[21]. Podstawowe hasła eklezjologii ostatniego soboru to: braterstwo, funkcjonalne pojmowanie urzędu, charyzmat, kolegialność, synod, lud Boży[22]. Sobór Watykański II, który uważany jest za sobór o wyraźnym nachyleniu eklezjologicznym, wpłynął na znaczne ożywienie nauki o Kościele, dokonując w niej swoistego „przewrotu kopernikańskiego". Odnowił on pojęcie Kościoła jako pielgrzymującego Ludu Bożego, podkreślił prymat wspólnoty (*communio*) i zaakcentował rolę Ducha Świętego jako początku jedności wierzących[23].

Również Katechizm Kościoła Katolickiego odwołuje się do rozłożenia akcentów i sposobu myślenia zaproponowanych przez *Vaticanum II*, poświęcając opisowi natury Kościoła około 200 punktów[24]. W tym opisie

---

[17] Por. M. R u s e c k i, *Kim jest Kościół?*, [w:] *Problemy współczesnego Kościoła*, red. M. Rusecki, Lublin 1997, s. 101–102.

[18] Por. H. S e w e r y n i a k, *Świadectwo i sens*, Płock 2001, s. 393.

[19] Por. M. R u s e c k i, *Kim jest…*, s. 102.

[20] J. Buczek, *Eklezjologia w pismach Czesława S. Bartnika*, „Teologia w Polsce" 2009, 3.1, s. 31.

[21] Por. H. S e w e r y n i a k, *Świadectwo…*, s. 394.

[22] M. J a g o d z i ń s k i, *Kościół a demokracja*, „Teologia w Polsce" 2011, 5.2, s. 276. Więcej na temat eklezjologii Soboru Watykańskiego II zob. m.in. w: Z. Kijas, *Eklezjologia Soboru Watykańskiego II. Między kontynuacją a odnową*, tłum. P. Michowicz, dokument elektroniczny na stronach ofmconv.pcn.net (brak daty publ.), http://www2.ofmconv.pcn.net/costituzioni/lavoricirc2009/kijas/pl%20%20Eklezjologia%20Soboru%20Watykanskiego%20II.pdf [dostęp: 30.01.2013].

[23] Por. J. B u c z e k, *Eklezjologia…*, s. 31–32.

[24] Por. KKK 748–945.

Kościół ukazywany jest jako Matka, sakrament, mistyczne Ciało Chrystusa, lud Boży, komunia. W opisie ziemskiej struktury Kościoła podkreśla się, że wszyscy członkowie mistycznego Ciała Chrystusa są na mocy sakramentu chrztu autentycznymi podmiotami życia kościelnego, choć oczywiście znajduje swe miejsce w tej refleksji również fakt istnienia hierarchii, z biskupem Rzymu jako widzialną głową Kościoła na ziemi i kolegium biskupów[25]. Jeśli chodzi o władzę rządzenia Kościołem, to jest ona podzielona w oparciu o stałą i uporządkowaną organizację funkcji publicznych na dwóch podstawowych szczeblach, powszechnym i partykularnym. Kościoły partykularne ukształtowane są na obraz Kościoła powszechnego, którym kieruje papież i zjednoczone z nim kolegium biskupów. Papież sprawuje posługę pasterza powszechnego. Korzysta przy tym wszakże z pomocy synodów biskupich, kolegium kardynałów, kurii rzymskiej itp. Z kolei biskupi diecezjalni korzystają ze współpracy z prezbiterami, diakonami i świeckimi, wsparcia biskupów pomocniczych, wikariuszy biskupich, synodów diecezjalnych, kurii diecezjalnych i rad. Istnieją także struktury ponaddiecezjalne: prowincje kościelne, metropolie, synody partykularne, konferencje biskupów itp.[26]

Współcześnie jednak nie ulega wątpliwości, że „Kościół ma na ziemi podwójną strukturę: wewnętrzną i duchową – a dzięki temu jest wspólnotą wiary, nadziei i miłości oraz zewnętrzną i widzialną – dzięki temu jest organizmem społecznym i prawnym, hierarchicznie zorganizowanym. Jest zatem typowym modelem społeczności religijnej, która wypracowała swój autonomiczny porządek prawny, niezależny od władz cywilnych, oparty na przekonaniu, że ma własną i wyłączną misję – otrzymaną od Boga – prowadzenia ludzi do zbawienia. Do Kościoła jako widzialnej wspólnoty należą w pełni wszyscy ochrzczeni (por. KPK kan. 204), a ich podstawowa równość urzeczywistnia się w różnorodności funkcji, charyzmatów i powołań (por. KPK kan. 208)”[27].

Trzeba jednak mieć świadomość, że całe lata interpretacji teologicznej, koncentrujące się wyłącznie na widzialnej, ziemskiej strukturze Kościoła, wywarły wpływ na sposób postrzegania Kościoła z zewnątrz. Pod wpływem racjonalizmu, naturalizmu, pozytywizmu prawnego oraz politologii zaczęto patrzeć na Kościół niemal wyłącznie w kategoriach społeczno-politycznych, porównując go do ustrojów monarchicznych czy też oligarchicznych. Efektem tego było utrwalenie w powszechnej świadomości osób wierzących eklezjologii, którą nazwać można „instytucjo-

[25] Por. H. S e w e r y n i a k, *Świadectwo…*, s. 394–397.

[26] Por. M. Jagodziński, *Kościół a demokracja*, s. 275.

[27] Tamże.

nalną", który to efekt w dużej mierze trwa do dziś. Kościół postrzega się często wyłącznie w kategoriach prawnych, instytucjonalnych i socjologicznych – a zatem jako rzeczywistość tylko historyczną i naocznościową. W praktyce oznacza to redukcję pojęcia Kościoła do duchowieństwa, a właściwie do wyższej hierarchii. Tę błędną, jednostronną i zawężoną wizję Kościoła pogłębiają i utrwalają mass media, które mówiąc o Kościele i jego działaniach, mają na uwadze niemal zawsze hierarchię kościelną lub duchowieństwo[28].

Na utrwalenie tego stanu rzeczy w Polsce miała wpływ specyficzna rola Kościoła w naszym kraju podczas lat niewoli – zaborów, wojen, komunizmu. W warunkach powojennych Kościół był nie tylko szafarzem sakramentów, wychowawcą do wartości i norm religijno-moralnych, ale pełnił też szereg ważnych funkcji społecznych. W okresie socjalizmu był jedyną wiarygodną, niezależną instytucją. Bronił wartości podstawowych, zwłaszcza podmiotowości narodu oraz jego historycznych doświadczeń. Dzięki temu był często ostoją dla inaczej myślących i kontestujących system. Dzięki temu cieszył się w społeczeństwie polskim wysokim prestiżem społecznym i moralnym, także wśród Polaków zdystansowanych wobec religii. Trzeba podkreślić, że wielu ludzi, którzy w tym czasie odnajdywali drogę do Kościoła, nie szukało w nim oparcia duchowego, ale oparcia dla swej działalności społecznej, kulturalnej czy politycznej. Na początku lat osiemdziesiątych XX wieku i później funkcjonowały dwa modele społeczne stosunku Polaków do religii i Kościoła. W pierwszym upatrywano w religii źródła duchowej wartości człowieka i ostoi ludzkiej indywidualności. Społeczne znaczenie Kościoła było ściśle związane z obroną praw obywatelskich i praw człowieka. Drugi model był ściślej związany z treściami narodowymi – Kościół był obrońcą tradycji narodowych, skupionych wokół uniwersalnych tradycji chrześcijańskich[29].

Wizerunek medialny – terminologia i badanie

W tym miejscu warto również poświęcić chwilę samemu zagadnieniu medialnego wizerunku oraz jego powstawaniu i analizie, a także samej definicji i rozumieniu w niniejszym opracowaniu słowa „prasa".

[28] Por. M. Rusecki, *Kim jest...*, s. 102.

[29] Por. J. Mariański, *Kościół katolicki w Polsce na przełomie lat osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych (analiza socjologiczna)*, [w:] *Społeczno-kulturalna działalność...*, s. 17–18.

Określenie „wizerunek" (obraz, *image*) dziś zazwyczaj kojarzone jest z *public relations*. Wizerunek to reprezentacja jakiegoś przedmiotu (beneficjenta) w świadomości podmiotu (odbiorcy istotnego)[30]. Wizerunek można rozpatrywać w kilku aspektach: psychologicznym, socjologicznym, marketingowym oraz komunikacyjnym. W wymiarze psychologicznym pojęcie wizerunku dotyczy tego, jak on powstaje i istnieje w umyśle odbiorcy. Mamy tu zatem takie pojęcia, jak:

- postrzeganie (zauważenie treści);
- identyfikacja (czy dana treść zostanie przypisana jako wpływająca na wizerunek danego przedmiotu?);
- ocena (czy zauważona i zidentyfikowana treść zostanie oceniona jako wiarygodna wystarczająco, by wpłynąć na umysłową reprezentację przedmiotu?);
- interakcja (jak wcześniej utrwalone w umyśle postawy wpłyną na powstający wizerunek?);
- pamięć (czy ów wizerunek utrwali się?)[31].

Krystyna Wojcik twierdzi, że za najlepszą definicję wizerunku specjaliści uznają następującą: „Image to wyobrażenie, jakie jedna lub wiele publiczności ma o osobie, przedsiębiorstwie lub instytucji; nie jest to obraz rzeczywisty, dokładnie i szczegółowo nakreślony, ale raczej mozaika wielu szczegółów, podchwyconych przypadkowo, fragmentarycznie, o nieostrych różnicach"[32].

Natomiast aspekt komunikacyjny będzie dotyczył głównie kanałów, którymi rozchodzi się informacja. W tym miejscu warto wprowadzić pewne uściślenie: czy chcemy badać sam „efekt końcowy" przekazu medialnego – czyli rzeczywisty wizerunek (w tym wypadku wizerunek Kościoła) w umysłach odbiorców, a także poszukać odpowiedzi na pytanie, wskutek działania jakich czynników powstał, w tym – na ile publikacje medialne przyczyniły się do jego powstania, czy też interesuje nas sama zawartość przekazu medialnego. W naszym wypadku należy wskazać drugą opcję.

Wizerunek medialny bada się przy pomocy analizy zawartości danego medium. Jest to technika badawcza służąca do obiektywnego, systematycznego i ilościowego opisu jawnej zawartości przekazu[33]. Polega ona

[30] M. Łączyński, *Analiza wizerunku*, [w:] *Metody badania wizerunku w mediach*, red. T. Gackowski, M. Łączyński, Warszawa 2009, s. 80–81.

[31] Tamże.

[32] K. Wojcik, *Public relations. Wiarygodny dialog z otoczeniem*, wyd. 4, Warszawa 2009, s. 41.

[33] *Analiza wizerunku w mediach. Podręcznik*, red. T. Gackowski, M. Łączyński, Warszawa 2008, s. 19.

na „systematycznej, obiektywnej (intersubiektywnej) i na ogół ilościowej analizie wybranych kategorii tematycznych, gatunkowych i treściowych wszystkich uwzględnionych przekazów"[34]. Metoda ta bada, porównuje pewne cechy przekazu, jak np. częstotliwość występowania danego słowa lub zagadnienia, sposób pisania o danym zagadnieniu itd., aby dojść do pewnych ogólnych wniosków – czyli zobrazować głębszą strukturę pewnej sekwencji, całości przekazów medialnych w danym czasie, na danym terytorium[35]. Z tego też względu – co należy podkreślić – wizerunek rzeczywisty może odbiegać od wizerunku medialnego.

Oczywiście, analiza treści nie musi obejmować wszystkich rodzajów mediów, może skupić się na wybranych – z zachowaniem jednakże zasad wyczerpania, reprezentatywności, homogeniczności oraz trafności[36]. W przypadku badania obrazu Kościoła będzie to przede wszystkim analiza dyskursu – skupiać się będzie na charakterze użytych słów, języka oraz opisu tematów tekstów medialnych[37]. Andrzej Kominek definiuje pojęcie „obrazu Kościoła" jako wyniku pewnego utrwalenia opisu i oceny rzeczywistości Kościoła w tekstach dotyczących go, który to obraz da się zrekonstruować za pomocą modeli semantycznych[38]. Definicję dyskursu autor zaczerpnął od Małgorzaty Lisowskiej-Magdziarz, według której dyskurs to „przekazywanie idei i oddziaływanie na ludzi za pomocą języka, mocno uwarunkowane usytuowaniem społecznym nadawców i odbiorców, celami i potrzebami, stanem wiedzy, zestawem i hierarchią wartości, a także społecznym kontekstem komunikowania oraz swoistością komunikacji za pomocą mediów masowych"[39].

---

[34] T. G o b a n-K l a s, *Media i medioznawstwo*, [w:] *Słownik wiedzy o mediach*, red. E. Chudziński, Warszawa–Bielsko-Biała 2007, s. 14.

[35] Por. D. P. C a r t w r i g h t, *Analiza treści przekazów masowych*, [w:] *Badania empiryczne w socjologii*, red. M. Malikowski, M. Niezgoda, t. 2, Tyczyn 1997, s. 297–300.

[36] Por. D. P. C a r t w r i g h t, *Analiza treści…*, s. 310. Zasada wyczerpania mówi o wykorzystaniu wszystkich elementów przekazu medialnego, zasada reprezentatywności dotyczy sposobu doboru próbki, jeśli uważa się, że będzie ona reprezentatywna dla całości przekazu; zasada homogeniczności zwraca uwagę na konieczność jednorodności analizowanego zbioru, zaś zasada trafności głosi, że dokumenty powinny być dobrane w taki sposób, by być adekwatnym źródłem informacji dla przyjętych zadań badawczych.

[37] Por. A. B a l c e r z a k, T. G a c k o w s k i, *Analiza zawartości*, [w:] *Metody badania…*, s. 20.

[38] Por. A. Kominek, *Punkt zborny. Obraz Kościoła katolickiego w Polsce w tekstach publicznych z lat 1970–1989*, Kielce 2003, s. 7.

[39] M. L i s o w s k a-M a g d z i a r z, *Analiza tekstu w dyskursie medialnym*, Kraków 2006, s. 15–16.

Czy troska o wizerunek medialny to dla Kościoła zbyteczny luksus?

Pojawia się również pytanie o świadome kreowanie wizerunku Kościoła w mediach. Na ile Kościół może i powinien w tym celu wykorzystywać metody *public relations*? Czy instytucja bosko-ludzka powinna zabiegać o tak przyziemne kwestie, jak korzystny wizerunek medialny?

Musimy pamiętać, że we współczesnym świecie bardzo ważną kwestią jest wiarygodność. Celem działania Kościoła jest zbawienie ludzi, głoszenie Dobrej Nowiny, ewangelizacja. Utrata wiarygodności i prestiżu może oznaczać cios dla skuteczności przekazu Kościoła. Ludzka słabość jego członków może uderzać w jego postrzeganie jako instytucji autentycznie zatroskanej o dobro. Stąd też konieczność troski o dobre imię.

To prawda, że wizerunek rzeczywisty może odbiegać od wizerunku medialnego. Inne są też metody badania wizerunku medialnego (analiza treści), a inne – wizerunku rzeczywistego (w pierwszym rzędzie różnego rodzaju sondaże). Istnieje możliwość, że nawet negatywny wizerunek medialny nie przełoży się na podobny odbiór społeczny. Jeśli przekaz medialny uderza w wartości, które dla odbiorców są fundamentalne, wówczas wywoła on ich złość i zostanie odrzucony, zgodnie z teorią dysonansu poznawczego[40]. A zatem wizerunek medialny nie musi wcale przekładać się na identyczne z nim autorytet i prestiż społeczny Kościoła, choć oczywiście może na nie wpływać[41]. Taka sytuacja miała miejsce w odniesieniu do Kościoła np. w czasach komunistycznych. Podległe partii komunistycznej gazety pisały o Kościele niemal wyłącznie źle (jeśli w ogóle pisały), a mimo to Kościół cieszył się ogromnym autorytetem

[40] Zob. *Dysonans poznawczy*, http://portalwiedzy.onet.pl/59853,,,,dysonans_poznawczy,haslo.html [dostęp: 30.01.2013]. Oczywiście, istnieją również narzędzia pozwalające badać, w jakim stopniu treść komunikatów medialnych wpływa na zmiany myślenia odbiorców, jakie emocjonalne reakcje wywołuje itd. Więcej zob. w: B. G u n t e r, *Media Research Methods. Measuring Audiences, Reactions and Impact*, London–Thousand Oaks–New Delhi 2000.

[41] Prestiż nazywany jest też poważaniem, szacunkiem, estymą, respektem, honorem, wreszcie – statusem społecznym. Jego głównym elementem jest hierarchia. Dzieli on ludzi na mniej i bardziej znaczących. Jest rozumiany jako prawo do szacunku, oznak uległości, względów lub też jako ocena lub miara statusu społecznego. Z kolei autorytet definiuje się jako relację między osobami, w których jedna strona uznaje wolę drugiej, dostosowuje się do tej woli i ulega jej. Natomiast autorytet w znaczeniu pedagogicznym to „wpływ wychowawczy osoby cieszącej się ogólnym uznaniem na jednostkę lub grupę osób i określoną sferę życia społecznego". Por. A. A d a m s k i, *Obraz nauczyciela w mediach*, [w:] *Zawód nauczyciel: trudności i perspektywy*, red. K. Stępień, Lublin 2010, s. 121–122.

społecznym[42]. Dokonywało się to jednak w określonym historycznym i społecznym kontekście: w czasach komunizmu, gdy autorytet instytucjonalnego Kościoła był dodatkowo umocniony najpierw osobistym autorytetem prymasa Stefana Wyszyńskiego, a później Jana Pawła II.

Jak zauważa Janusz Mariański, autorytet społeczny, a nawet polityczny Kościoła osiągnął pułap swoich możliwości w latach osiemdziesiątych XX wieku. W ustroju demokratycznym Kościół jest postrzegany jako jeden z uczestników debaty publicznej. Bariery ochronne, które w okresie komunizmu chroniły Kościół przed jakąkolwiek krytyką, dziś zostały zburzone. Kościół na płaszczyźnie zaangażowania moralnego i społecznego podlega w powszechnym odczuciu tym samym kryteriom oceny, co inne instytucje życia publicznego. W pewnych kręgach negatywne mówienie o Kościele (albo przynajmniej krytyczne nastawienie) należy wręcz do dobrego tonu. Wiele osób sądzi, że nie daje on odpowiedzi na problemy społeczne, wiele dostrzega konflikty między hierarchią wartości akceptowaną czy zalecaną przez Kościół a ich własną. Zyskują uznanie inne instytucje, które dzielą z Kościołem troskę o człowieka i społeczeństwo (czasem współdziałając z Kościołem, a czasem w jawnej bądź ukrytej wobec niego opozycji). Ponadto sympatia czy aprobata dla Kościoła jako takiego lub głoszonych przezeń idei może współistnieć z postawą krytyczną wobec poszczególnych hierarchów, hierarchii jako całości albo poszczególnych kościelnych instytucji[43]. Kościół często ukazywany jest przez nieprzychylne mu środowiska jako instytucja skostniała, oderwana od rzeczywistości, skupiająca się tylko na zakazach i zbyt często zabierająca głos w kwestiach dotyczących polityki i codziennego życia. Niezłomne stanowisko Kościoła w kwestiach obrony życia (aborcja, eutanazja) powoduje często zmasowaną krytykę prowadzoną przez opiniotwórcze ośrodki wyrażające odmienne poglądy. Ta sytuacja wymaga profesjonalnej reakcji komunikacyjnej, której celem będzie zbudowanie w oczach opinii publicznej nowego obrazu Kościoła, zgodnego z potrzebami i oczekiwaniami wiernych[44].

Z tego też względu Kościół powinien wypracowywać nowe metody i formy działania; nowe sposoby docierania ze swym przesłaniem – tak

[42] Taka sytuacja miała miejsce na przykład w latach sześćdziesiątych XX wieku podczas wymierzonej w Kościół kampanii prasowej związanej ze słynnym listem biskupów polskich do biskupów niemieckich oraz obchodów 1000. rocznicy chrztu Polski.

[43] Por. J. Mariański, *Kościół katolicki w Polsce…*, s. 24–25.

[44] Por. P. Celej, M. Kaczmarczyk, *Public relations Kościoła katolickiego. Wybrane przykłady działań wizerunkowych ze szczególnym uwzględnieniem diecezji sosnowieckiej*, „Problemy Komunikacji Społecznej" 2009, nr 1, s. 82.

do swoich członków, jak i tych, którzy stoją poza nim. Jednym z takich pól działania jest świat mediów – i tych starych, i tych nowych (czego dowodem jest choćby nauczanie w tej materii Benedykta XVI – w ostatnich orędziach na Światowe Dni Środków Społecznego Przekazu odniesienia do nowych mediów pojawiają się bardzo często, a orędzie na 2013 rok jest w całości poświęcone sieciom społecznościowym). Dlatego współcześnie „Kościół korzysta z wielu narzędzi public relations służących osiąganiu wzajemnego zrozumienia w relacjach z otoczeniem, promowaniu własnego przesłania, promowaniu wartości chrześcijańskich, popularyzowaniu szeroko rozumianych działań społecznych, w tym przede wszystkim ewangelizacyjnych"[45]. Standardem staje się obecność Kościoła w Internecie – poprzez witryny www, profile w serwisach społecznościowych itd. Wydawane są kalendarze, podejmowane kampanie outdoorowe („Ewangelizacja Wizualna"), kurie mają biura prasowe i rzeczników prasowych, w Polsce działa Katolicka Agencja Informacyjna[46]. Istnieje wiele kościelnych instytucji – nie tylko zajmujących się kontaktami ze światem mediów, ale także współpracą z nimi, tworzeniem i wspomaganiem mediów katolickich – zarówno na poziomie diecezjalnym, jak i krajowym oraz międzynarodowym[47]. Z kolei owocem refleksji na temat mediów i komunikacji na płaszczyźnie refleksji teologicznej są takie subdyscypliny teologiczne, jak teologia komunikacji i teologia środków społecznego przekazu (teologia mediów)[48].

---

[45] Tamże, s. 83.

[46] Więcej na temat jej zadań i działania zob. w: M. Przeciszewski, *Katolicka Agencja Informacyjna a miejsce Kościoła w nowym typie społeczeństwa*, [w:] *Kultura i media*, oprac. G. Dobroczyński, t. 2, Warszawa 1996, s. 61–70.

[47] Obszerne ich omówienie zob. w: S. Mordarski, *Media w działaniu. Funkcjonowanie środków społecznego przekazu w świetle nauczania Kościoła*, Sandomierz–Kraków 2007, s. 97–140.

[48] Więcej zob. w: H. Seweryniak, *Teologia*..., s. 15–22; A. Adamski, *Ks. prof. dr hab. Antoni Lewek (1940–2010) i jego zasługi dla edukacji medialnej*, „Biuletyn Edukacji Medialnej" 2012, nr 1, s. 118–128; G. Łęcicki, *Teologia mediów audiowizualnych jako wyzwanie XXI wieku*, „Kultura – Media – Teologia" 2012, nr 10, s. 8–17; P. Drzewiecki, *Teologia środków społecznego przekazu. Perspektywa rozwoju*, [w:] *Media na przełomie. Dziennikarstwo – kaznodziejstwo – edukacja medialna. Śp. Ksiądz Profesor Antoni Lewek (1940–2010) – księga pamiątkowa*, red. K. Marcyński, J. Szaniawski, J. Twardy, Warszawa 2011, s. 718–726; K. Klauza, *Eklezjogenetyczna funkcja środków społecznego przekazu*, [w:] *Kościół a środki społecznego przekazu*, red. J. Chrapek, Warszawa 1990, s. 160–171; A. Lewek, *Nowa ewangelizacja w duchu Soboru Watykańskiego II*, t. 2, Katowice 1995; W. F. Fore, *A Theology of Communication*, „Religion-online" (brak daty publ.), http://www.religion-online.org/showarticle.asp?title=268 [dostęp: 30.01.2013]; A. Jeż, *Jezus Chrystus w kontekście ludzkiej komunikacji*, Tarnów 2002, s. 118–155; M. Sokołowski,

Budowanie wizerunku medialnego Kościoła

Jednak w podejmowaniu działań Kościół jest ograniczony pewnymi ramami, które da się najkrócej określić jednym słowem: prawda. Jak zauważa Marek Jagodziński: „Podstawą kościelnego »niezmiennego prawa konstytucyjnego« jest wiara w Jezusa Chrystusa i wypływająca z naśladowania Go jedność członków. Fundamentalna tożsamość wspólnoty Kościoła nie może być przedmiotem demokratycznych decyzji, jakkolwiek dokonują się pewne przeobrażenia: pewne artykuły tracą na ważności i zostają wycofane, zyskują natomiast na znaczeniu inne; następuje przesuwanie akcentów, a w wyniku tego dochodzą do głosu nowe interpretacje. Niemożliwa jest jednak całkowita rewizja konstytucji kościelnej, Kościół nie ma też prawa do samodzielnego konstytuowania się"[49].

W instrukcji *Communio et progressio* znajdujemy stwierdzenie dotyczące kampanii prasowych. Czytamy tam, iż „kampania prasowa jest tylko wtedy dozwolona, gdy cel i metody są godne człowieka i gdy jest w służbie prawdy i takiej sprawy, która sprzyja dobru wspólnemu kraju czy całego świata, dobru jednostek czy całej wspólnoty" (nr 29). Jak słusznie zauważa Jan Kulowski, możemy to stwierdzenie odnieść również do multimedialnego kształtowania opinii publicznej[50].

Jak zauważa Tadeusz Zasępa, komunikacja Kościoła przybiera dwie formy. Pierwsza z nich to oficjalne nauczanie etyczne. Jest ono wynikiem nieustannie podejmowanej refleksji na temat kluczowych wydarzeń i dzieł związanych z metodami teologii moralnej i etyki filozoficznej. Z drugiej zaś strony mamy nieoficjalne nauczanie moralne, czyli powszechne rozumienie moralności, sposób, w jaki katolicy postępują. Ta pierwsza forma prowadzi do uwzględnienia skuteczności informacji i public relations i odpowiedzi na pytanie, w jaki sposób przekazać swe przesłanie jak najlepiej. I choć co do swej natury Kościół różni się od innych instytucji, to jednak w aspekcie komunikacyjnym takiej różnicy nie ma. Jako przekaźnik Kościół nie różni się od instytucji publicznych – jeśli wziąć pod uwagę oczywiście samą formę komunikacji, nie zaś przekazywane treści. To rodzi kolejne pytania, na przykład: Czy Kościół zwraca się do świata, a jeśli tak

Komunikacja wiary w globalnej wiosce. Kościół katolicki w świecie mediów, [w:] *Studia nad mediami i komunikowaniem masowym. Teoria – Rynek – Społeczeństwo*, red. J. Fras, Toruń 2007, s. 236–253; K. Pokorna-Ignatowicz, *Kościół w świecie mediów. Historia – dokumenty – dylematy*, Kraków 2002, s. 139–157.

[49] M. Jagodziński, *Kościół a demokracja*, s. 277–278.

[50] Por. J. Kulowski, *Wartości w mediach*, „Teologia w Polsce" 2007, 1.1, s. 122.

– to na jakim forum? Czy głowa Kościoła zwraca się do jego członków?[51] Jak stwierdza przytaczany autor, „tradycyjne, oficjalne nauczanie moralne prowadzone przez Kościół podkreśla hierarchiczne pochodzenie i starannie utkane przesłanie skierowane w pierwszym rzędzie do członków Kościoła, którzy, jak zakłada, zaakceptują je. Dopiero w drugiej kolejności jest ono skierowane do nie-członków, a jeśli zwraca się do nich, to musi wybrać bardziej przekonujący styl retoryczny. W obu przypadkach zastosować jednak trzeba kanony retoryki i public relations"[52].

Podobną opinię wypowiada Dariusz Tworzydło, zdaniem którego „PR to komunikowanie, zarządzanie informacją, sposób myślenia i filozofia działania. Stąd też czystość i etyka, szczerość, prawda to cechy spójne, zatem patrząc z tego punktu widzenia, można wysnuć wniosek o bliskości i możliwości zastosowania działań public relations dla potrzeb Kościoła Katolickiego"[53]. Jak jednak podkreśla Norbert Kilen, „promocja życia duchowego czy pewnego systemu wartości powinna być naturalnie prowadzona w szczególny sposób, bo działalność Kościoła dotyka przecież pozamaterialnej sfery życia ludzkiego. Nie powinno to oznaczać rezygnacji z pewnych zasad komunikacji"[54]. Jednak – jak zauważa dalej T. Zasępa – mimo znaczenia oficjalnych dróg i metod komunikacji, nie są one najważniejszymi sposobami komunikacji moralnej w Kościele. Znacznie większą rolę odgrywają kanały nieoficjalne. W sytuacji działania oczywistego – gdy życie moralne członków Kościoła toczy się według pewnych przyjętych schematów, a dopiero w sytuacji niepewności zwracają się oni z pytaniami – rola Kościoła jako moralnego przekaźnika staje się niesłychanie ważna. Komunikacja moralna, w tym przypadku codzienna, jest wspólnotą lokalną Kościoła, która komunikuje się przez działania interpersonalne i osobiste rozmowy. Jest to rodzaj środowiska, które prowadzi do moralnego sensu, występującego na etapie codzienności. Dokonuje się to poprzez naśladowanie pozytywnych wzorców (wśród nich istotną rolę powinni odgrywać święci i błogosławieni), zapoznawanie się z naucza-

[51] Por. T. Zasępa, *Media, człowiek, społeczeństwo. Doświadczenia europejsko-amerykańskie*, wyd. 2, Częstochowa 2002, s. 218–219.

[52] Tamże, s. 219.

[53] D. Tworzydło, *Wizerunkowe aspekty funkcjonowania instytucji oraz fundacji kościelnych*, http://www.proto.pl/artykuly/PR/Pdf/wizerunek_instytucji_koscielnych.pdf [dostęp: 30.01.2013].

[54] W. Sokołowski, *Czy Kościół potrzebuje PR? Czy PR może nauczyć księży komunikacji z mediami i wiernymi, którzy zadają coraz trudniejsze pytania?*, http://epr.pl/czy-kosciol-potrzebuje-pr-czy-pr-moze-nauczyc-ksiezy-komunikacji-z-mediami-i-wiernymi-ktorzy-zadaja-coraz-trudniejsze-pytania,goracy-temat,226,1.html [dostęp: 30.01.2013].

niem oficjalnym oraz wyobraźnię i wyobrażenie, dające nowe możliwości życia w wierze[55].

Podobną opinię wypowiada Jarosław Sobkowiak, który przypomina, że Kościół obok wymiaru duchowego ma także wymiar widzialny, mówiąc inaczej: ludzki. W tym właśnie wymiarze niewątpliwie potrzebuje metod public relations, by być słyszanym i widzianym. Nie można zapominać jednak o dwóch wymiarach budowania wizerunku Kościoła. Z jednej strony wpisuje się on w wymiar socjologiczny i społeczny, można o nim mówić jak o każdej innej instytucji. W tym sensie potrzebuje tego wszystkiego, co pozwala na w miarę optymalne postrzeganie go przez ogół „odbiorców". Natomiast w drugim, bardziej duchowym wymiarze, Kościół dysponuje „amboną". Czy więc potrzebuje PR? Zdaniem J. Sobkowiaka – tak, choćby dlatego, że od Soboru Watykańskiego II jest „Kościołem w świecie". To rodzi odpowiedzialność za docieranie z Ewangelią i budowanie właściwego wizerunku Kościoła również w tych kręgach, które nie są jego trzonem[56].

Nieco inaczej ujmuje to zagadnienie Monika Przybysz. Dystansuje się ona od rozdzielania wymiaru instytucjonalnego i zbawczego Kościoła. Jej zdaniem „nie do przyjęcia jest dyskurs dualistyczny, który chciałby rozdzielać oba [te] aspekty Kościoła". Skłania się ona ku ikonicznej perspektywie patrzenia na Kościół, gdzie nie wolno w Kościele ani sztucznie rozdzielać wymiaru misterium i wizerunku instytucjonalnego, ani obu tych wymiarów mieszać. Takie spojrzenie ma wpływ na próby zastosowania do Kościoła terminologii i metodologii *public relations*. Dzieje się tak, gdy – przykładowo – chcemy określić otoczenie (*public*) Kościoła, gdzie dla eklezjalnego PR najważniejsze będzie otoczenie wewnętrzne, zewnętrzne i doraźne. Zgodnie z wizją Kościoła według eklezjologii z lat trzydziestych XX wieku otoczeniem wewnętrznym byłaby hierarchia (Kościół nauczający), otoczeniem zewnętrznym – świeccy (Kościół słuchający, przedmiot zabiegów duszpasterskich), zaś otoczeniem doraźnym – „rozległe połacie życia społeczno-gospodarczego, demokracji i kultury, oceniane podejrzliwie przez Kościół jako wznoszenie królestwa ziemskiego i przejawy sekularyzacji". Natomiast w świetle teologii po Soborze Watykańskim II sprawa jest bardziej skomplikowana. Trudno określić otoczenie zewnętrzne, gdyż Kościół jest postrzegany jako jeden Lud Boży. Ponadto za przyporządkowanych do tegoż Ludu Bożego uznaje się także wyznawców innych religii, również niechrześcijańskich, oraz szukających prawdy. Można zatem mówić o bardzo zróżnicowanym i dającym się podzielić

[55] Por. T. Z a s ę p a, *Media...*, s. 219–223.

[56] Por. W. S o k o ł o w s k i, *Czy Kościół potrzebuje PR?...*

na różne segmenty otoczeniu wewnętrznym oraz otoczeniu doraźnym (w sytuacjach kryzysowych będą nim osoby oskarżające ludzi Kościoła, media nagłaśniające kryzys itd.). Trudno natomiast mówić o typowym otoczeniu zewnętrznym[57].

Nie sposób jednak oprzeć się wrażeniu, że media świeckie koncentrują się wyłącznie na instytucjonalnym wymiarze Kościoła, pomijając zupełnie jego aspekt duchowy i zbawczy. Akcentowanie tego duchowego i zbawczego wymiaru widać w zasadzie wyłącznie na łamach prasy katolickiej, która jest narzędziem pewnej autoprezentacji Kościoła. Media świeckie raczej stronią od teologicznych subtelności, goniąc za newsem, skandalem lub ciekawym tematem, przez co Kościół jest dla nich instytucją, która niczym nie różni się od globalnych koncernów.

Badanie medialnego wizerunku Kościoła – różne konteksty i uwarunkowania

Pisząc zatem o medialnym wizerunku Kościoła, trzeba pamiętać o kilku sprawach. Po pierwsze, ów wizerunek zależny jest od wielu czynników. Należy brać pod uwagę, że może on czasem znacząco różnić się w poszczególnych mediach ze względu na ich linię programową oraz poglądy reprezentowane przez wydawcę i dziennikarzy. Inaczej będzie wyglądał obraz Kościoła w prasie wydawanej przez ugrupowania polityczne różnej maści, inaczej przez niezależne podmioty (przy czym w obu tych przypadkach mamy całą gamę przekonań, możliwych kierunków dyskursu oraz postaw: od bardzo przychylnej, przez czysto obiektywną, skupiającą się na suchej informacji, po mocno krytyczną, a wręcz wrogą, w skrajnych przypadkach posuwającą się wręcz do kłamstwa, manipulacji i przeinaczania faktów), a jeszcze inaczej w prasie wydawanej przez Kościół (wówczas można mówić o pewnego rodzaju autoprezentacji)[58]. Zawartość prasy może być niejednorodna, w zależności od przekonań autora czy wydawcy[59]. Widać to bardzo mocno we współczesnym dyskursie medialnym.

[57] Por. M. P r z y b y s z, *Kościół w kryzysie? Crisis management w Kościele w Polsce*, Tarnów 2008, s. 16–23; A. A d a m s k i, *Ksiądz w blogosferze*, „Kultura – Media – Teologia" 2010, nr 2, s. 107–108.

[58] Por. A. K o m i n e k, *Punkt...*, s 7.

[59] Por. *Prawda o Kościele w mediach*, http://ekai.pl/wydarzenia/konferencje/x41753/prawda-o-kosciele-w-mediach/ [dostęp: 30.01.2013]. Przy czym – mimo niewątpliwie dobrych intencji autorki oraz jej pozytywnego nastawienia do Kościoła – rzuca się tu w oczy jednostronne rozumienie Kościoła wyłącznie na płaszczyźnie instytucjonalnej, bez odniesienia do wymiaru nadprzyrodzonego, o czym wspomniano już na wstępie.

Zwróciła na to uwagę m.in. Alina Petrowa-Wasilewicz podczas czwartej międzynarodowej konferencji dotyczącej etyki w mediach pt. *Media, prawda, rozwój*, która odbyła się 11 maja 2011 roku w Bydgoszczy. Zdaniem prelegentki odpowiedź na pytanie o prawdę o Kościele w mediach zależy w dużej mierze od ich linii redakcyjnej. „Wiele z nich rzetelnie informuje o życiu Kościoła, nie unikając trudnych problemów, ale – pokazując prawdziwie proporcje występowania trudnych spraw – informują o codziennej pracy Kościoła, o dziełach edukacyjnych, kulturalnych, medialnych" – mówiła, wskazując jednocześnie na istnienie pokaźnej i opiniotwórczej grupy mediów lewicowych, które traktują Kościół jako przeciwnika politycznego. Jej zdaniem „w tej grupie mediów informacje o Kościele są zniekształcone, nagłaśniane są tematy, które mają Kościół zdezawuować, w przekazie medialnym nie liczy się prawda, a efekt propagandowy". Podobny pogląd wyraża Krystyna Czuba, według której dziennikarze często, z istoty swego zawodu, szukają nowości i są pociągani przez nowe ideologie, z reguły nieżyczliwe Kościołowi. Świat mediów wydaje się czasem obojętny lub wręcz wrogi Kościołowi, co – jej zdaniem – wynika z przepojenia współczesnej kultury typowo postmodernistyczną mentalnością. Tylko niektórzy dziennikarze szukają odpowiedzi na zasadnicze pytania, w większości jednak nie analizują oni podstaw i mechanizmów rzeczywistości, ograniczając się jedynie do przedstawienia faktów (dobrze, jeśli dokonuje się to bez stosowania manipulacji). Ponadto dziennikarze są uzależnieni od wielu instytucji, swych przełożonych itd. Kolejna kwestia to defensywa tzw. kultury wysokiej przy jednoczesnej tabloidyzacji mediów. Kultura (czy raczej popkultura) prezentowana w mediach nie sprzyja chrześcijaństwu, które stawia wysokie wymagania[60].

Pod drugie – media są odbiciem życia społecznego i zachodzących w nim procesów. Nie sposób zatem rozpatrywać wizerunku Kościoła w mediach bez uwzględnienia kontekstu historycznego, społecznego i politycznego.

Po trzecie – rodzi się zawsze pytanie o wpływ wizerunku medialnego na wizerunek rzeczywisty. Jak już wcześniej wspomniano, wizerunek rzeczywisty może być zupełnie różny od medialnego i w przypadku Kościoła takie sytuacje miały miejsce.

Po czwarte – kwestia wykorzystania narzędzi PR do świadomego budowania przez Kościół jego medialnego wizerunku. Jest to dopuszczalne – ale granicą jest tu prawda. Nie tylko prawda o Kościele i ludziach Kościoła, ale także prawda rozumiana jako Objawienie – fundament doktryny

[60] Por. K. C z u b a, *Katolickie podstawy etyki dziennikarskiej*, Toruń 2007, s. 212–213.

Kościoła, z której Kościół nigdy nie może zrezygnować, bo odbyłoby się to za cenę utraty własnej tożsamości – nawet jeśli wskutek działań propagandowych będzie to skutkować powstawaniem medialnego wizerunku Kościoła jako instytucji wstecznej i zacofanej. W tym wypadku zasada „Prawda przeciw światu!" jest jak najbardziej aktualna i adekwatna.