

Andrzej Draguła

Czy media zdolne są transmitować zbawienie?

Studia Salvatoriana Polonica 3, 145-158

2009

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach
dozwolonego użytku.

Ks. ANDRZEJ DRAGUŁA

■ Czy media zdolne są transmitować zbawienie?

Pytanie o zdolność współczesnych mediów do przekazywania (transmisji) zbawienia implikuje konieczność postawienia pytania o wiele bardziej fundamentalnego: o możliwość jakiegokolwiek materialnego czy technicznego mediowania (mediacji) zbawienia.

I. Komunikacja masowa i pośrednia

Pojawiający się w tytule termin „medium” przynosi jednoznaczne skojarzenia z mediami masowymi, a coraz częściej już tylko z mediami elektronicznymi. Przypomnijmy, iż za media masowe (środki komunikowania masowego) należy uznać te techniczne narzędzia, które służą przekazywaniu treści szerokiej publiczności (masie). Istotnym korelatem komunikacji masowej jest „masa”, której nie należy rozumieć tutaj jako tłum ludzi jednoczących się ze sobą w jakimś uczuciu, aby dać się nakłonić do czysto afektywnych poczynań (jak rozumiał masę G. Le Bon w swojej *Psychologii tłumu*). Właściwością komunikowania masowego jest przekazywanie wiadomości do fizycznie rozproszonej publiczności, co dokonuje się za pomocą technicznych środków upowszechniania, czyli mediów. Do mediów masowych zalicza się więc prasę, radio, telewizję, film oraz media telematyczne (elektroniczne). Do listy tej należałoby jednak jeszcze dorzucić książkę, a także techniki fonograficzne oraz tzw. nowe media, jak wideo czy billboardy (reklama zewnętrzna). Mimo ist-

Ks. dr ANDRZEJ DRAGUŁA – pełniący obowiązki Kierownika Katedry Teologii Pastoralnej, Liturgiki i Homiletyki na Wydziale Teologicznym Uniwersytetu Szczecińskiego; e-mail: a.dragula@kuria.zg.pl.

niejących między nimi różnic, wszystkie wymienione środki służą komunikacji masowej, a więc przekazowi skierowanemu do grup ludzi¹.

Istotną cechą komunikacji masowej jest jej pośredni charakter, który „zakłada przestrzenny, czasowy lub czasowoprzestrzenny dystans między partnernami”² aktu komunikacji, czyli między nadawcą a odbiorcą. Pośredni charakter komunikacji wskazuje na istnienie medium, a więc środka, przekazywnika, instrumentu stojącego pomiędzy uczestnikami aktu komunikacji. W przypadku komunikacji masowej medium to tyle samo, co „narzędzie przekazywania znaków, czyli środek komunikowania”³. Trzeba jednak pamiętać, iż pośredni charakter komunikacji nie jest typowy jedynie dla komunikacji masowej. O pośrednim charakterze komunikacji, a więc komunikacji o charakterze „medialnym” (zmediowanym) możemy mieć także do czynienia w przypadku kontaktu międzypersonalnego (interpersonalnego), który dokonuje się między dwiema lub trzema osobami⁴. Staje się tak, gdy dwie osoby posługują się w akcie komunikacji medium, czyli elementem materialnym, który pozwala na przedstawienie, przekazanie i utrwalenie treści nadawanego komunikatu⁵. Tak rozumiana międzypersonalna komunikacja pośrednia może dokonywać się chociażby poprzez list zawierający pismo czy też narysowany i przekazany obraz.

Zjawisko komunikacji masowej związane jest genetycznie z wynalezieniem technologii, które pozwalały na komunikację pośrednią wobec rozproszonej publiczności. Jako pierwszy taką możliwość dał oczywiście dopiero druk, który zastąpił pismo ręczne. Przed komunikacją masową istniała już jednak komunikacja pośrednia, którą umożliwiały pismo i obraz. Oba te media można określić jako pośrednie, trwałe i jednokrotne. Przejście od pisma ręcznego do druku i od obrazu istniejącego jednostkowo do reprodukcji, a więc do

¹ Zob. M. Kunczik, A. Zipfel, *Wprowadzenie do nauki o dziennikarstwie i komunikowaniu*, Warszawa 2000, s. 27-28; T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*, Warszawa–Kraków 1999, s. 10-11, 34-35.

² M. Kunczik, A. Zipfel, *Wprowadzenie*, s. 27.

³ T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie*, s. 11.

⁴ T. Goban-Klas (tamże, s. 31-32) wyróżnia następujące poziomy komunikowania: intrapersonalne (wewnątrzosobowe), interpersonalne (międzypersonalne, grupowe, instytucjonalne i masowe).

⁵ Medium można zdefiniować jako „(un) élément matériel qui permet de représenter, de transmettre et de conserver un message”. C. Bélisle, *Médias, médiation, médiatisation*, w: C. Bélisle, J. Bianchi, R. Jourdan, *Pratiques médiatiques. 50 mots-clés*, Paris 1999, s. 199-200.

mediów pośrednich, trwałych i wielokrotnych⁶, dało początek komunikacji masowej, a więc docierającej już nie do jednej osoby czy wielu osób zebranych w jednym miejscu (słuchanie tekstu, oglądanie oryginału), ale do wielu osób pozostających w rozproszeniu, fizycznej odległości (czytanie tekstu, oglądanie reprodukcji).

II. „Medium” w objawieniu starotestamentowym

Punktem wyjścia dla teologicznej refleksji nad możliwością wykorzystania medium w pośrednictwie zbawczym, a właściwiej – nad zdolnością medium (materialnego, technicznego) do pośrednictwa zbawczego pozostaje starotestamentowy zakaz czynienia obrazów. Został on sformułowany w Księdze Wyjścia: „Nie będziesz czynił żadnej rzeźby ani żadnego obrazu tego, co jest na niebie wysoko, ani tego, co jest na ziemi nisko, ani tego, co jest w wodach pod ziemią!” (Wj 20,4; por. Wj 20,2-5; Pwt 4,15-24). Wspomniany zakaz pojawia się także we fragmencie tekstu zawierającym przekleństwa wypowiedziane na Górze Garizim: „Przeklęty każdy, kto wykona posąg rzeźbiony lub z lane-go metalu – rzecz obrzydliwą dla Pana, robotę rąk rzemieślnika – i postawi w miejscu ukrytym” (Pwt 27,15)⁷.

Tekst ten interpretowany jest najczęściej jako zakaz czynienia wizerunków (obrazów, rzeźb). Nie dotyczy on jednak wyłącznie kwestii ikonicznej wyobraźalności Boga, ale – w szerszej interpretacji – dotyczy także zdolności materii do pośredniczenia między Bogiem a człowiekiem. W interpretacji tego zakazu najczęściej wskazuje się na jego prewencyjny charakter, a jego celem miało być przede wszystkim ustrzeżenie Izraela od idolatrii, grożącej mu ze względu na politeizm religii pogańskich, którymi otoczony był naród wybrany⁸. Wydaje się jednak, iż interpretacja ta – choć skądinąd słuszna – nie wyczerpuje historiozbawczego znaczenia wspomnianego zakazu.

Drugi wymiar omawianego zakazu można nazwać historiozbawczo-przygotowawczym. Według tej koncepcji, teologiczne uzasadnienie starotestamentowego zakazu czynienia materialnych przedstawień nie wypływa (jedynie) z monoteistycznego charakteru kultu Jahwe, ale jest konsekwencją formy

⁶ Zob. T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie*, s. 48.

⁷ Zob. także: Wj 34,17; 32,4; 1 Krl 12,28; Sdz 17,3-4.

⁸ Zob. *Księga Wyjścia. Wstęp – przekład z oryginału, komentarz*, oprac. S. Łach, Poznań 1964, s. 187.

objawienia Boga. Bóg sam wybiera niematerialną formę autoobjawienia, jednoznacznie przedkładając niematerialne słowo ponad materialny obraz. W odróżnieniu od religii pogańskich, które opierały swój kult i „objawienie” na widzeniu materialnego bóstwa, Izrael miał oprzeć swoją wiarę na pozbawionym widzenia słuchaniu Boga⁹. Stary Testament wyraża przekonanie, że niematerialnego Boga jako takiego nie można oglądać. Bóg jest Tym, który przemawia, a nie Tym, który daje się zobaczyć. W konsekwencji zakaz zostaje unieważniony w momencie Wcielenia, gdy Bóg nie tylko dał się usłyszeć, ale i zobaczyć, o czym wspomina św. Jan: „To wam oznajmiamy (...) cośmy usłyszeli o Słowie życia, co ujrzeliśmy własnymi oczami, na co patrzyliśmy i czego dotykały nasze ręce” (1 J 1,1). Jan Damasceński sformułował fundamentalną dla chrześcijaństwa tezę, iż starotestamentowy zakaz czynienia wizerunków Boga miał jedynie charakter prewencyjny i związany był z historiozbawczą rolą Izraela. Jako uwarunkowany przyszłą ekonomią zbawczą, w konsekwencji zawierał w sobie *implicite* polecenie tworzenia wizerunków Boga, gdy objawi się człowiekowi w postaci widzialnej. Według tego teologa polecenie Boga należy rozumieć w następujący sposób: „Nie widzieliście postaci, a więc jej nie odtwarzajcie” oznacza w rzeczywistości: „Nie czyńcie podobizny Boga, dopóki Go nie zobaczycie”¹⁰. Jan Damasceński konkluduje: „Gdy niewidoczny, przybierając postać cielesną, stanie się postrzegalny, wówczas uczyni podobiznę Tego, który się ukaże”¹¹. W tej perspektywie teologicznej fakt istnienia wizerunku w Nowym Testamencie wypływa wprost z zakazu jego obecności w Starym Testamencie.

Trzeba jednak zauważyć, iż starotestamentowa proklamacja zbawienia nie ma wyłącznie niematerialnego charakteru. Widać to chociażby w komunikacji między Bogiem a powołanymi przez Niego prorokami. Bóg komunikuje się z nimi nie tylko poprzez słowo, ale także poprzez wizje, które można sprowadzić do trzech kategorii. Pierwszą stanowią wizje zmysłowe odbierane za pomocą receptorów zewnętrznych. Zaliczyć można tutaj krzak gorejący, widziany przez Mojżesza (Wj 3–4) czy też litery pojawiające się na ścianie, które widzi Daniel (Dn 5,5). Do tej kategorii należałoby także włączyć ukazanie się Boga Abrahamowi pod dębami Mamre. Takie ukazanie się Boga, które pozwala Go dostrzec zmysłowo, nie jest jednak jednoznaczne z Jego fizyczną obecnością

⁹ Zob. J. Chmiel, *Słuchanie słowa Bożego w Starym Testamencie*, w: *Słuchacz słowa*, red. W. Przystyca, Kraków 1998, s. 66.

¹⁰ L. Uspieski, *Teologia ikony*, Poznań 1993, s. 16.

¹¹ Cyt. za: tamże.

rozumianą *stricte sensu*, taka bowiem obecność zakładałaby Jego materialność i przestrzenne ograniczenie Jego istnienia do danego miejsca¹². Drugi rodzaj wizji stanowią wyobrażenia odbierane zmysłami wewnętrznymi (wyobrażenia, fantazja), które podkreślają charakter wzrokowy (szarańcza, drzewo migdałowe), taktylny czy nawet smakowy (słodki smak miodu podczas spożywania Księgi Prawa – Ez 3,3). Trzeci rodzaj wizji stanowią wizje intelektualne, gdzie narzędziem „widzenia” jest sam rozum, pozwalający na rozpoznanie sytuacji, w jakiej znajduje się naród wybrany¹³.

Wizje, które są środkiem samoobjawienia się Boga, znajdują swoją kontynuację w tzw. czynnościach symbolicznych proroków, gdzie bardzo często istotne znaczenie miało wykorzystanie przedmiotów materialnych. Przykładem może być działanie proroka Jeremiasza, jak choćby umieszczenie lnianego pasa w rozpadlinie skały nad Eufratem, który „zbutwiał i nie nadał się do niczego” (por. Jr 13,1-11). Czynność ta miała symbolizować odwrócenie się Judy od Boga prawdziwego do bożków pogańskich. Inna czynność symboliczna, to zburzenie glinianego flakonu (Jr 19,1-13) czy też napojenie narodów kubkiem gniewu Bożego (Jr 25,15-38)¹⁴. Według L. Stachowiaka czynności symboliczne wzmacniały przekaz słowa prorockiego: „Posłannictwo nabierało w ten sposób charakteru dramatycznego, co ułatwiało osiągnięcie zamierzonych przez proroków skutków. Nadto czynność symboliczna podkreślała mocniej niż słowo niezawodność wypełnienia się zapowiedzi, w dawniejszych czasach niemal wyłącznie przysłych”¹⁵.

Otwarte pozostaje pytanie, czy czynności symboliczne oparte na materialnym rekwizycie są autonomicznym sposobem wyrażania, czy też jedynie narzędziem podkreślającym bezpośrednio wypowiedziane słowo prorockie. Istnieją opisy czynności symbolicznych, które rozpoczynają się od formuł używanych przy werbalnym przekazywaniu Bożego objawienia, jak również opisy, które nie zawierają żadnej słownej interpretacji symbolicznej czynności. W takim przypadku czynność symboliczna może stanowić autonomiczną formę zawierającą i wyrażającą słowo Boże bez jego werbalizacji. W przypadku czynności symbolicznych zaopatrzonych w towarzyszące im słowo wyjaśniają-

¹² Zob. S. Gądecki, *Wstęp do ksiąg prorockich Starego Testamentu*, Gniezno 1993, s. 35.

¹³ Zob. J. St. Synowiec, *Prorocy Izraela, ich pisma i nauka*, Kraków 1995, s. 14; M. Malinowski, *Postulat wykorzystania tzw. akcji symbolicznej w przepowiadaniu kaznodziejskim*, Poznań 2003, (mps, Biblioteka UAM), s. 13.

¹⁴ Zob. tamże, s. 14-15.

¹⁵ L. Stachowiak, *Prorocy – służby słowa*, Katowice 1980, s. 185.

ce można mówić jedynie o funkcji wzmacniającej wobec objawienia przekazywanego słowami¹⁶.

III. Ikona i obraz – dwa modele pośrednictwa

Problem pośredniczącego charakteru tego, co materialne w proklamacji zbawienia pojawił się w teologii po raz pierwszy podczas sporu o obrazy. Teologia, która znalazła swój wyraz w orzeczeniach II Soboru w Nicei (787 r.), uznała funkcję pośredniczącą ikony (obrazu). Ojcowie soborowi stwierdzili: „Przedmiotem kultu powinny być nie tylko wizerunki drogocennego i ożywającego Krzyża, lecz tak samo czcigodne i święte obrazy malowane, ułożone w mozaikę lub wykonane innym sposobem, które umieszcza się ze czcią w świętych kościołach Bożych, na naczyniach liturgicznych i na szatach, na ścianach czy na desce, w domach czy przy drogach. (...) Nie otacza się ich jednak taką adoracją, jaka według naszej wiary należy się wyłącznie Naturze Bożej. (...) «Cześć oddawana wizerunkowi przechodzi na prototyp» (św. Bazyli); a kto składa hołd obrazowi, ten go składa Istocie, którą obraz przedstawia”¹⁷.

Teologia nicejska jasno jednak stwierdza, iż materia ikony nie jest i nie może stać się przedmiotem kultu, lecz jedynie środkiem, który pozwala nam wejść w relację do boskiego prototypu. Instrumentem pozwalającym na wejście w tę relację jest podobieństwo, jakie istnieje między wizerunkiem a jego boskim prototypem. Jak pisze S. Bułgakow, „moc świętej ikony polega na tożsamości obrazu myślowego w ikonie ze swoim Praobrazem, ale tylko jego obrazem, a nie realnością. Obraz ten dla swojego istnienia wymaga materii (...). Materia ta jedynie daje miejsce obrazowi, ale sama nie jest obrazem, który w ikonie, rzeczy materialnej, obecny jest idealnie (...). Materia ma w tym przypadku znaczenie jedynie środka wyrazu, a z tego powodu mogą być użyte różne materiały”¹⁸. Materia odgrywa więc tutaj rolę jedynie pośredniczącego medium, materiału, który w żaden sposób, ani naturalny (sam z siebie), ani nadprzyrodzony (przez poświęcenie) nie staje się tym samym cudowny, święty czy boski. Gdy wizerunek na ikonie ulega zniszczeniu, tracąc tym samym fundamentalną dla niej relację do pierwowzoru, ikonę rzuca się bez skrupułów

¹⁶ Zob. A. Malinowski, *Postulat wykorzystania*, s. 16.

¹⁷ Sobór Nicejski II, *Dekret wiary*, w: *Dokumenty soborów powszechnych. Tekst grecki, łaciński, polski*, t. 1, oprac. A. Baron, H. Pietras, Kraków 2001, s. 338-339.

¹⁸ S. Bułgakow, *Ikona i kult ikony*, Kraków 2002, s. 77-78.

w ogień jako bezużyteczny kawałek drewna. „Gdyby ikona sama z siebie była przedmiotem «napelnionym łaską», nikt by jej nie odważył się spalić” – konkluduje Ch. Schönborn¹⁹.

Błędne tłumaczenie ustaleń soborowych z Nicei na język łaciński stało się podstawową przyczyną odrzucenia wschodniej koncepcji rozumienia obrazu (ikony) jako materialnego pośrednictwa między Bogiem a człowiekiem²⁰. Krytyczne stanowisko teologii z kręgu karolińskiego znalazło swój wyraz w *Księgach karolińskich* zredagowanych przez Theodulfa (792 r.). Teologii sformułowanej na soborze w Nicei zarzucano przede wszystkim propagowanie wobec obrazów tej samej czci, jaka należy się samemu Bogu. Według teologii karolińskiej, świat ma naturę dychotomiczną, która nieustannie ujawnia się przez opozycje: duchowe – materialne, transcendentne – immanentne, wewnętrzne – zewnętrzne, niewidzialne – widzialne. Te opozycje były niepokonalne. Człowiek nie potrzebuje wychodzić poza siebie w poszukiwaniu Boga, gdyż prawda jest natury duchowej, transcendentnej, wewnętrznej i niewidzialnej. Między Bogiem a obrazem (materią) jest przepaść, która nigdy nie zostanie zapełniona. Powiązanie bezcielesnego Boga z materialnym dziełem artysty uważa się więc za niemożliwe.

Konsekwentnie więc obraz nie znalazł się na liście środków, które mogą dopomóc w życiu duchowym chrześcijanina, gdyż „przejście” (*transitus*) między człowiekiem a Bogiem musi się dokonać poprzez „materię świętą” (*res sacrae*), a za taką *Księgi karolińskie* uznały jedynie święte postaci (konsekrowane Chleb i Wino), następnie krzyż (jednakże nie jako obiekt materialny, lecz jako *mysterium* i znak Chrystusa), Pismo Święte, święte naczynia i relikwie. Obraz został odrzucony jako niezdolny do tego, by za jego pomocą dokonał się *transitus*, czyli pośrednictwo. Jego funkcja została ograniczona do przypominania (*memoria*) historii życia świętych oraz dla ozdoby (*ornamentum*) murów. Jeśli chrześcijański Wschód – w dużej mierze fundowany na kulturze greckiej – budował swoją teologię obrazu na metafizyce platońskiej, która przypisywała materii zdolność odniesienia się do tego, co duchowe i korespondowania

¹⁹ Zob. Ch. Schönborn, *Ikona Chrystusa*, Poznań 2001, s. 169.

²⁰ Greckie słowa *proskynesis timetiké* (cześć względna) przetłumaczono na j. łaciński jako *adoratio* (uwielbienie) – termin, który jest odpowiednikiem greckiego *latréia* (adoracja), ta zaś – jak przypomniał Sobór w Nicei – należy się jedynie Bogu. Stało się tak w pierwszym łacińskim przekładzie akt Soboru Nicejskiego z 787 r. Zob. L. Uspienski, *Teologia ikony*, s. 110; G. Marchessault, *Médias et foi chrétienne: L'image à l'épreuve de l'idolâtrie*, Montréal 1998, s. 150-151; Ch. Schönborn, *Ikona Chrystusa*, s. 60.

z tym, co duchowe, to w koncepcji właściwej teologii karolińskiej materialność w żaden sposób nie jest zdolna, by pośredniczyć w kontakcie z boskością²¹.

Jeśli wschodniej ikonie przypisuje się quasi-sakramentalną zdolność do anamnezy czyniącej obecną osobę, której wizerunek znajduje się na ikonie, to zachodni obraz operuje jedynie w przestrzeni memorii²². Jak podkreśla M. Kapustka, „inny to (...) rodzaj memorii niż ta obecna w ofercie sakramentalnej”²³. „Medialne” działanie obrazu nie jest skierowane na osobę, której wizerunek znajduje się na obrazie, ale na samego oglądającego. „Uobecniająca” wartość obrazu pojawiającego się w przestrzeni kultu rodzi się niejako na skrzyżowaniu (w spotkaniu) oczekiwań widza oraz formalnego kształtu dzieła. Obraz fizyczny (wizerunek) jest materialnym nośnikiem, medium, dzięki któremu rzeczywisty obraz zostaje wywołany i staje się dostępny. „Dzięki swym rozlicznym możliwościom obraz okazał się przede wszystkim wizualnym mediatorem i partnerem dialogu dla człowieka poszukującego kontaktu z innym wymiarem historycznej egzystencji, właściwej tylko Bogu-Człowiekowi” – konkluduje M. Kapustka²⁴. W ten sposób zbawcza, epifanijna i ontologiczna obecność właściwa ikonie zostaje zastąpiona obecnością cudowną i subiektywną, której punkt ciężkości zostaje przesunięty z obiektywnego istnienia do indywidualnego doświadczenia.

IV. Teologiczny model komunikacji pośredniej

Współczesny model interpretacji medium (mediów masowych) w perspektywie pośrednictwa zbawczego zaproponował C. M. Martini w swej książce *Rozmowy z moim telewizorem*²⁵. Autor stawia pytanie: „Jak jest możliwe, abym poprzez mój telewizor (rozumiany jako symbol wszystkich mass mediów) dotknął zbawiającej mocy Jezusa?”²⁶. Punktem wyjścia dla poszukiwa-

²¹ A. Draguła, *Eucharystia zmediatyzowana. Teologiczno-pastoralna interpretacja Mszy Świętej w radiu i telewizji*, Zielona Góra 2009, s. 93-95.

²² Na temat różnicy między anamnezą a memorią zob. A. Draguła, tamże, s. 120-123.

²³ M. Kapustka, *Figura i hostia. O obrazowym przywoływaniu obecności w późnym średniowieczu*, Wrocław 2008, s. 29.

²⁴ Tamże, s. 31.

²⁵ C. M. Martini, *Rozmowy z moim telewizorem. Spotkanie Kościoła ze światem mass mediów*, Kraków 1998.

²⁶ Tamże, s. 7.

nia odpowiedzi jest dla Martiniego ewangeliczna scena uzdrowienia kobiety cierpiącej na krwotok (por. Mk 5,25-34; Łk 8,42-48)²⁷. W scenie uzdrowienia Martini wskazuje na trzy rzeczywistości właściwe mediom masowym: masa, osoba i komunikacja. Masę stanowi anonimowy tłum, który zbiera się wokół Jezusa: „Wielu styka się z Nim, także fizycznie, ale nic się nie dzieje; nikt się nie wyróżnia, nikt nie ukazuje swego oblicza, nie odsłania swego pragnienia. To obraz mas, które określić można jako biernych użytkowników środków nazwanych także «masowymi»²⁸. W tej masie wyróżnia się jednak jedna osoba, która „choć ukryta w tłumie, przeżywa już proces wyraźnej personalizacji, wchodzi w autentyczny kontakt z Jezusem, kontakt, który On sam zauważa i ujawnia go publicznie. Z masy wynurza się osoba²⁹. Martini wskazuje, iż kobieta ta wyróżnia się tym, iż ma do Jezusa osobisty stosunek, ma swój własny plan wobec kontaktu z Jezusem, ma określony zamiar i w swym postępowaniu kieruje się wiarą.

Wyjątkowość komunikacji, jaka dokonuje się między kobietą a Jezusem, polega też na jej pośrednim charakterze. „(...) w odróżnieniu do innych sytuacji – podkreśla Martini – w których komunikacja jest bezpośrednia (Jezus mówi, rozkazuje, dotyka), tutaj wystarcza krawędź płaszcza, postrzępionego, zakurzonego, aby stworzyć możliwość spotkania³⁰. Krawędź płaszcza staje się tutaj odpowiednikiem telewizora, a szerzej – wszelkich środków komunikacji masowej. Martini sugeruje, iż media „pozostają w ściślejszym odniesieniu do komunikacyjnego planu Boga, niż inne rzeczywistości³¹, ponieważ „są krawędziami Jego płaszcza, poprzez który może przychodzić do nas Jego zbawcza moc³²”.

W pewnym sensie uzdrowienie kobiety dokonało się „wbrew” Jezusowi albo – dokładniej – bez szczególnej aktywności Jezusa. Można powiedzieć, że Jezusa charakteryzuje pewna aktywność habitualna (Jezus zawsze ma moc uzdrawiania), a kobietę aktywność aktualna, która powoduje, że moc wyszła z Jezusa. W tym modelu interpretacyjnym podkreśla się więc aktywność odbiorcy, która jest warunkiem, aby umożliwić „transmisję zbawczą”. Komunikacja „prawdziwie humanizująca, a nawet zbawcza” za pomocą środków masowego przekazu możliwa jest tylko wtedy, gdy odbiorca „wynurza się z masy”, tzn. przechodzi ze stanu anonimowego odbiorcy przekazów i obrazów do

²⁷ Zob. tamże, s. 5-12.

²⁸ Tamże, s. 6.

²⁹ Tamże.

³⁰ Tamże.

³¹ Tamże, s. 8.

³² Tamże, s. 12.

relacji osobowych jako odbiorca „dialogujący, czujny i aktywny”³³. Jednocześnie jednak Martini podkreśla, iż komunikacja zbawcza, która dokonuje się za pomocą mediów ma jedynie charakter instrumentalny i nie niesie w sobie gwarancji pewności. „Krawędź – pisze teolog – jest tylko kawałkiem płaszcza, a płaszcz odsyła do Osoby, która go nosi i może również go zdjąć, jeśli już nie chce się nim posługiwać”³⁴. Komunikacja massmedialna nie będzie więc nigdy miała tej gwarancji posiadania zbawczego charakteru, jak to jest w przypadku bezpośredniej komunikacji sakramentalnej.

V. Medialna „transmisja zbawienia”: odpust, błogosławieństwo, msza święta

Najszerzej opisanym przykładem „transmisji zbawczej” dokonującej się przez media jest radiowy i telewizyjny przekaz mszy świętej, a także kwestia odpustu i błogosławieństwa papieskiego, udzielanego za pomocą środków przekazu. Istotne pytanie, które należy sobie postawić w interpretacji tych medialno-teologicznych faktów, brzmi: czy w przypadku transmisji telewizyjnej (mszy świętej, błogosławieństwa) mamy do czynienia z uczestnictwem „poprzez obraz” czy „mimo obrazu”? Ujmując to pytanie szerzej i rozciągając na radio, a także współczesne media elektroniczne (Internet), należy zapytać, czy w dokonującym się niewątpliwie procesie zbawczym mamy do czynienia z uczestnictwem „poprzez medium” czy „mimo medium”? Jaka jest „konieczność” medium, rozumianego zarówno jako kanał komunikacyjny (obraz, dźwięk), jak i środek przekazu (telewizja, radio, Internet)?

Dekret Świętej Penitencjarii z 15 VI 1939 r. stwierdza, iż odpust zupełny związany z błogosławieństwem *Urbi et orbi* mogą uzyskać zarówno obecni w miejscu, gdzie udziela się błogosławieństwa, jak też ci, którzy łączą się z nim za pośrednictwem radia, pod warunkiem iż przyjmują je pobożnie i z szacunkiem³⁵. Dyscyplina ta została potwierdzona kilkakrotnie w dokumencie Penitencjarii Apostolskiej *Enchiridion indulgentiarum*, czyli w kolejnych wykazach odpustów. Odpust zupełny można więc uzyskać poprzez pobożne

³³ Zob. tamże, s. 6-7.

³⁴ Tamże, s. 12.

³⁵ „(...) ii qui quovis spatio absentes, ope tamen radiophonica, Benedictionem a Summo Pontifice Urbi et Orbi impertitam pie devoteque accipiant, plenariam Indulgentiam, suetis condicionibus, lucrari possint”. Penitencjaria Apostolska, *Decretum de benedictione papali ope radiophonica accepta*, 15.06.1939 r., AAS 6(1939), s. 277.

przyjęcie błogosławieństwa papieskiego *Urbi et orbi*, choćby tylko przez radio czy telewizję (transmisję *live*). O fakcie tym przypomina się zresztą każdorazowo przed udzieleniem takiego odpustu przez papieża. Pozostaje pytanie: czy związek między łaską udzielonego odpustu związanego z błogosławieństwem papieskim a śledzeniem transmisji za pomocą radia czy telewizji, a szerzej jakiegokolwiek medium, jest konieczny? Wiadomo, że nie jest to związek wystarczający, gdyż akt „śledzenia” transmisji musi się dokonać *devote* bądź *pia mentis*, czyli pobożnie. K. Marcyński nie postrzega związku między medium a łaską jako związku koniecznego. „Błogosławieństwo – twierdzi ten polski teolog mediów – nie jest skuteczne dzięki transmisji telewizyjnej, nie jest skutkiem działania odbiornika telewizyjnego, ale samej mocy tego błogosławieństwa. Człowiek, który nie siedzi przed ekranem telewizora, a wzbudzi w południe intencję przyjęcia tego błogosławieństwa, on przyjmuje to samo błogosławieństwo z tą samą mocą”³⁶. Warunkiem koniecznym do przyjęcia łaski nie jest fizyczna obecność w określonym miejscu, warunkami takimi są jedynie jedność czasu (synchroniczność działania udzielającego i przyjmującego łaskę) oraz właściwa intencja przyjmującego. Oba warunki należy traktować nierozdzielnie. Intencji tej nie da się wzbudzać w dowolnym czasie, ale jedynie w rzeczywistej porze transmisji. Odpust czy błogosławieństwo udzielone za pośrednictwem medium nie jest osobistą decyzją odbiorcy, zależną wyłącznie od jego dyspozycji. Warunkiem koniecznym jest ukierunkowanie odbiorcy na konkretne działanie, jakim jest akt udzielenia odpustu czy błogosławieństwa. Wierny, który nie łączy się duchowo (pobożnie), bez względu na to, czy jest fizycznie obecny na placu św. Piotra, czy też śledzi uroczystość na ekranie, ani nie otrzymuje łaski błogosławieństwa, ani nie dostępuje odpustu.

Teologowie są zgodni, iż bez względu na to, jaką kwalifikację przypiszemy aktowi tzw. uczestnictwa intencjonalnego po stronie odbiorcy, to dla jego zaistnienia obraz czy dźwięk nie są ani konieczne, ani sprawcze. „Pośredniczące znaki elektroniczne (akustyczne częstotliwości słyszalne i optyczne punkty obrazu) dla odbiorcy, który chce się połączyć wewnątrz i intencjonalnie, odgrywają jedynie rolę wyzwalacza, który umożliwia współczesowość, symultaniczność wspólnoty modlitewnej ponad oddaleniem” – czytamy w niemieckim dokumencie poświęconym transmisji mszy świętej³⁷. Ostatecznie więc

³⁶ K. Marcyński [wypowiedź w:] *Czy klękać przed telewizorem? Debata o telewizyjnej transmisji Mszy św.*, w: *Msza św. w telewizji*, red. W. Przychyna, Kraków 2006, s. 101.

³⁷ „Die übermittelnden elektronischen Signale (akustische Hörfrequenzen und optische Bildpunkte) stellen für die Rezipienten, die sich innerlich intentional anschließen möchten, nur einen Auslöser dar, der die Gleichzeitigkeit/Simultaneität der Gebetsgeme-

– jak zauważa A. Baczyński – to „od odbiorcy zależy, czy wzbudzi w sobie pragnienie odejścia od obrazu do pełnej komunikacji”³⁸. Odbiorca wchodzi w pośredni kontakt z misteryjną rzeczywistością sprawowanej Eucharystii mimo transmitowanego obrazu i mimo transmitowanego dźwięku.

„Mechanizmem”, który pozwala odbiorcy wyjść poza transmitowany obraz i dźwięk, jest memoria. Przypomnijmy, iż o ile anamneza jest teologicznym „wehikułem czasu” liturgii Eucharystii, bez którego wydarzenia zbawcze pozostałyby jedynie wspomnieniem, a nie żywą aktualnością, o tyle memoria jest przypomnieniem, które nie uobecnia. Odbiorca transmisji nie może partycypować osobiście i bezpośrednio w anamnetycznej narracji wydarzeń z Wieczernika i Krzyża. Anamneza sakramentalna domaga się bowiem jedności miejsca i czasu, to znaczy aktualnej, fizycznej obecności w miejscu wspominania. Mimo niemożności bezpośredniego partycypowania w narracji anamnetycznej, odbiorcy transmisji dostępny jest jednak inny sposób wspominania, który nie będzie miał oczywiście waloru sakramentalnej skuteczności. Tym sposobem jest wspominana już memoria. Odbiorca transmisji jest zaproszony, aby – zamiast koncentrować się wyłącznie na transmitowanym dźwięku i obrazie – skoncentrował się na żywym wspomnieniu Męki, Śmierci i Zmartwychwstania Pana. „Wiara potrafi przekroczyć znak, by osiągnąć rzeczywistość” – pisze M. Lefebvre, jednocześnie jednak wiara „potrafi oprzeć się na narzędziu i medium, aby prawdziwie wejść w komunię z tajemnicą poprzez rzeczywiste spotkanie”³⁹. Transmisja telewizyjna (radiowa) jest więc jedynie – podobnie jak obraz w teologii zachodniej – nie tyle medium pośredniczącym w kontakcie z samym Bogiem, co „wywołaczem” obrazów wewnętrznych przywoływanych subiektywnie z *residuum* pamięci.

inschaft über weite Entfernungen ermöglicht”. Sekretariat der Deutschen Bischofskonferenz in Zusammenarbeit mit den Liturgischen Instituten Deutschlands, Österreichs und Schweiz, *Gottesdienst-Übertragungen in Hörfunk und Fernsehen. Leitlinien und Empfehlungen*, Bonn 2002, nr 4.1.

³⁸ A. Baczyński, *Nauczanie Kościoła o przekazie Mszy św. w telewizji*, w: *Msza św. w telewizji*, s. 19.

³⁹ M. Lefebvre, *Réflexions pastorales en marge du sondage*, „Bulletin national de liturgie” 113(1988), s. 53.

VI. Wnioski

Dokonana analiza pozwala na stwierdzenie, iż soteriologiczna wartość medium (mediów) nie jest w teologii katolickiej jednoznacznie określona. Mimo że chrześcijaństwo – dzięki Wcieleniu – jest religią ciała (*Caro salutis cardo* – Tertulian), to od samego początku istnieje w Kościele tendencja do swoistego „dystansowania się” od tego, co materialne. Na stosunku takim zaważyło zapewne dziedzictwo judaistyczne z zakazem czynienia obrazów, a *de facto* z zakazem takiego wykorzystywania tego, co materialne, jakie mogłoby prowadzić do błędu idolatrii, tzn. sprowadzenia tego, co sakralne, boskie do poziomu materii. Mimo istniejących elementów materialnych w kontakcie między Bogiem a człowiekiem, rolę prymarną posiada i zachowuje niematerialne słowo. Wcielenie pozwoliło na zmianę w rozumieniu roli materialności w pośrednictwie zbawczym. Dając się dotknąć i zobaczyć w ciele, Jezus tym samym legitymizował materię i jej rolę pośredniczącą w procesie zbawczym. Kościół przejął tę ekonomię w nauce o obrazie, który można uznać za prototyp wszelkich mediów w Kościele. Mimo że uchwały II Soboru Nicejskiego dotyczyły teoretycznie całego Kościoła, to tradycje wschodnia i zachodnia udzieliły innych odpowiedzi na szczegółowe pytanie o rolę i miejsce obrazu (medium) w ekonomii Kościoła. O ile Kościół Wschodni podkreśla medialną wartość ikony, rozwijając naukę o podobieństwie i obecności, to jednocześnie bardzo ucieka od sakralizacji jej materii, czego dowodem jest nauka o szacunku (*proskynesis*), a nie adoracji (*latreia*), która należy się ikonie.

Kościół Zachodni odrzucił naukę o pośredniczącym charakterze obrazów w kontakcie z Bogiem, wskazując na ich funkcję rememoratywną, przypominającą i „wyzwalającą” w odbiorcy subiektywne akty pobożności. W ten drugi model wpisuje się współczesna teologia mediów, a zwłaszcza ich roli w pośrednictwie zbawczym. Analizowane przypadki (błogosławieństwo, odpust, msza święta) pokazują, iż teologia wyraźnie podkreśla niekonieczność medium (mediów) w poszczególnych aktach pośrednictwa zbawczego. Ich wykorzystanie musi być zrównoważone istotnym skupieniem się na osobistym zaangażowaniu odbiorcy – podobnie jak w przypadku teologii obrazu. Interpretację taką zdaje się potwierdzać model zaproponowany przez C. M. Martiniego, który wskazuje jednoznacznie na wartość osobistego zaangażowania, personalizacji kontaktu z Bogiem. Wykorzystywanie mediów masowych w pośrednictwie zbawczym ma więc ograniczony charakter. Medium nie transmituje zbawienia jak bezpośredni kontakt sakramentalny, a subiektywna skuteczność tego pośrednictwa w dużej mierze jest uzależniona od zaangażowania odbiorcy.

ARE MEDIA CAPABLE OF TRANSMITTING SALVATION?

Summary

Soteriological value of the media is not unambiguously defined in the Catholic theology. In the Old Testament immaterial word holds the primary role in the contact between God and man. Incarnation „puts more value” to matter in the saving mediation. The Church accepted this economy in the theology of image, which can be seen as the prototype of all media in the Church. While the Eastern Church emphasizes the media value of the icon and develops the doctrine of likeness and presence, the Western Church rejects the doctrine of the intermediary nature of pictures in contact with God, emphasizing mainly their reminiscent function. The Catholic theology stresses the dispensability (relativity) of media in the individual acts of the saving mediation. The usage of mass media in the saving mediation is limited. A medium does not transmit salvation understood as an objectified, direct, sacramental contact and the subjective effectiveness of such mediation depends on the recipient's involvement.