

Rafał Kowalski

Ewangelizować skuteczniej : psychologia komunikacji w służbie ewangelizacji

Studia Salvatoriana Polonica 4, 73-86

2010

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. RAFAŁ KOWALSKI

▪ Ewangelizować skuteczniej. Psychologia komunikacji w służbie ewangelizacji

Wstęp

Przepowiadanie słowa Bożego jest podstawową funkcją Kościoła, a nakaz Chrystusa: „Idźcie i nauczajcie wszystkie narody” (Mt 28,19) stanowi rację Jego istnienia¹. W wypełnianiu tego zadania należy widzieć kontynuację dzieła Jezusa, który sam głosił Dobrą Nowinę i tej działalności przypisywał wielką wagę oraz ustanowił Apostołów, by „mógł ich wysłać na głoszenie nauki” (Mk 3,14). W ten sposób przepowiadanie Ewangelii stało się pierwszym obowiązkiem uczniów Chrystusa². Prawda ta znalazła swój oddźwięk w licznych dokumentach Kościoła³.

Ks. RAFAŁ KOWALSKI – doktor teologii pastoralnej z zakresu homiletyki, wykładowca homiletyki na PWT we Wrocławiu oraz teorii komunikacji na Podyplomowym Studium Biblijnym; e-mail: sacerdos@gazeta.pl.

¹ Paweł VI, Adhortacja *Ewangelii nuntiandi*, nr 6, 13-16 (cyt. dalej: EN); Sobór Watykański II, Dekret o misyjnej działalności Kościoła *Ad gentes divinitus*, nr 1-5, 35 (cyt. dalej: DM); Sobór Watykański II, Deklaracja o wolności religijnej *Dignitatis humanae*, nr 13. Por. S. Dyk, *Specyfika homilijnej parenezy*, „Roczniki Teologiczno-Kanoniczne” 54(2007) z. 6, s. 69; W. Broński, *Homilia a ewangelizacja współczesnego świata*, „Roczniki Teologiczno-Kanoniczne” 54(2007) z. 6, s. 45. Por. także J. Krucina, *W poszukiwaniu elementów duszpasterstwa integralnego*, „Colloquium Salutis” 1970, s. 202-203; A. Blewiński, *Przepowiadanie homilijne priorytetem duszpasterstwa*, „Collectanea Theologica” 75(2005) nr 4, s. 103; H. Simon, *Kaznodziejstwo polskie: zdobycze i niedociągnięcia*, „Ateneum Kapłańskie” t. 121(1993), z. 2-3 (507-508), s. 241-242.

² Zob. Mt 10,7-8; Dz 6,2; 1 Kor 9,16; 2 Tm 4,1.5. Por. H. de Lubac, *Słowo Boga w historii człowieka*, Kraków 1997, s. 20: „Bóg nie ukazał swej *chwały* w tajemnicy jedynie paru wybranym, ku ich wewnętrznemu zadowoleniu lub osobistemu doskonaleniu

Wspomniany nakaz określany mianem „misyjnego” poza samym obowiązkiem głoszenia zawiera, chociaż nie wprost wyrażone, to jednak wyraźne, wskazanie dotyczące sposobu wykonywania tego zadania. Uwydatnia się ono przy bliższej analizie słów Chrystusa, który nie tyle polecił nauczać, ile czynić uczniami tych, którym Ewangelia będzie zwiastowana⁴. Istnieje zasadnicza różnica pomiędzy nauczaniem, które ma na celu jedynie przekaz pewnego ładunku wiedzy, a nauczaniem, które zmierza ku uczynieniu z kogoś ucznia. Można zatem stwierdzić, iż sam Jezus Chrystus wskazał nie tylko na treść głoszonych nauk, ale na sposób głoszenia, które – w myśl powyższej analizy – powinno być na tyle skuteczne, by z nie-uczniów czynić zaangażowanych i zainteresowanych Ewangelią. Kierując się tym wskazaniem, ojcowie Soboru Watykańskiego II zachętili teologów do poszukiwania lepszego sposobu przekazu doktryny chrześcijańskiej. Zalecili przy tym stosowanie nie tylko zasad teologii, lecz także osiągnięć nauk świeckich, szczególnie psychologii i socjologii⁵.

– Apostołowie Jezusa muszą przekazywać dalej to, co otrzymali, zostali bowiem wybrani do roli *ambasadorów* Chrystusa (2 Kor 5,20) i Jego *świadków*”. Por. także Sobór Trydencki, *Dekret o nauczaniu i głoszeniu*, nr 9-11: ojcowie Soboru Trydenckiego, nakładając na duszpasterzy obowiązek głoszenia słowa Bożego, przestrzegali przed wypełnieniem się słów: *dzieci prosiły o chleb, a nie było nikogo, kto by im łamał*. Gdyby natomiast (po upomnieniu biskupa) duszpasterze nie wypełniali tego obowiązku – czytamy w dokumentach Soboru Trydenckiego – mogą zostać do tego „przymuszeni” za pomocą cenzur kościelnych lub w inny sposób, aż się nie opamiętają i sami nie będą wypełniać głównych zadań swojego urzędu; W. Klippert, *Vom Text zur Predigt*, Witten 2008, s. 19-21.

³ Benedykt XV, *Humani generis Redemptionem*, „Acta Apostolicae Sedis” 9(1917), s. 305-306; Paweł VI, Encyklika *Ecclesiam suam*, nr 64 (cyt. dalej: ES). Por. ES 90, Sobór Watykański II, Konstytucja dogmatyczna o Kościele *Lumen gentium*, nr 5, 16, 25, 28; Sobór Watykański II, Dekret o pasterskich zadaniach biskupów w Kościele *Christus Dominus*, nr 12; Sobór Watykański II, Dekret o posłudze i życiu prezbiterów *Presbyterorum ordinis*, nr 2, 4; Sobór Watykański II, Konstytucja o liturgii świętej *Sacrosanctum Concilium*, nr 5, 9; Sobór Watykański II, Konstytucja duszpasterska o Kościele w świecie współczesnym *Gaudium et spes*, nr 3 (cyt. dalej: KDK); DM 1; Benedykt XVI, Posynodalna adhortacja apostołska *Sacramentum Caritatis*, nr 44-46.

⁴ Por. *Griechisch-deutsches Wörterbuch zu den Schriften des Neuen Testaments und der Frühchristlichen Literatur von Walter Bauer*, red. K. Aland, B. Aland, Berlin–New York 1988, s. 985. Por. także *Grecko-polski Nowy Testament. Wydanie interlinearne z kodami gramatycznymi*, Warszawa 1994.

⁵ KDK 62. Por. Kongregacja ds. Duchowieństwa, *Dyrektorium ogólne o katechizacji*, nr 32. Wykorzystanie zasad retoryki i teorii komunikacji oraz uwzględnienie osiągnięć nauk psychologicznych w dziele ewangelizacji nie jest problemem nowym. Zwracał na

I. Ewangelizacja = komunikacja?

Jeśli ewangelizację będziemy rozumieć jako pokazywanie Chrystusa Pana tym, którzy Go nie znają, poprzez kaznodziejstwo i katechizację⁶ – możemy mówić o dwóch zasadniczych rysach każdej jednostki przepowiadania i katechezy: co do substancji są one słowem Bożym, co do postaci – dziełem kaznodziei lub katechety⁷. To z jednej strony determinuje treść przepowiadania. Z drugiej – każe zwrócić uwagę na sposób jej prezentacji. Odpowiadając na postulat skutecznego głoszenia Ewangelii oraz uwzględniając wskazania Vaticanum II, warto spojrzeć na ewangelizację jako na proces przekazu istotnych treści religijnych pomiędzy nadawcą a odbiorcą⁸. Wchodzimy w ten sposób na teren teorii komunikacji.

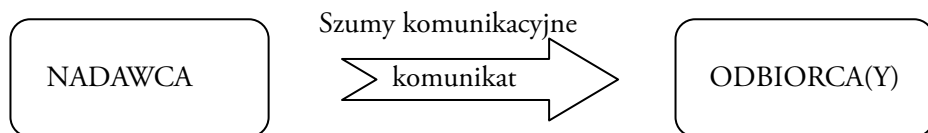
niego uwagę m.in. św. Augustyn (*De doctrina Christiana – O nauce chrześcijańskiej*, Warszawa 1989, s. 182-183), gdy pisał: „prawdą jest, że przy pomocy sztuki oratorskiej można przekazywać zarówno prawdę, jak i fałsz. Kto więc ośmieli się twierdzić, że prawda powinna zostawić bezbronnymi swoich obrońców w obliczu kłamstwa. (...) Tamci mówcy, wysilający się, żeby wmówić fałsz, potrafią zaraz na wstępie zdobyć życzliwość i uwagę słuchaczy, gdy, przeciwnie obrońcy prawdy mieliby temu nie podołać? Pierwsi mieliby przedstawiać swoje błędy zwięźle, jasno, z wielką dozą prawdopodobieństwa, drudzy natomiast ukazywać prawdę tak, by stała się niemiła przy słuchaniu, niełatwa w zrozumieniu, a wreszcie żeby było trudno w nią uwierzyć? Pierwsi posługując się zwodniczymi argumentami, umieliby atakować prawdę i zwodniczo podtrzymywać fałsz, natomiast drudzy by nie byli w stanie ani jej obronić, ani odeprzeć fałszu? Jedni słowami swoimi pociągali by i popychali słuchaczy ku błędowi, przerażali ich, zasmucali albo rozweselali i żarliwie napominali, podczas gdy drudzy by tylko słuchaczy usypiali, czynili ich nieczułymi i oziębłymi w służbie prawdy? Otóż kto na tyle postradałby zmysły, żeby coś podobnego sądzić?”. Por. ES 91: papież Paweł VI zwracał uwagę na konieczność powrotu do prawdziwej sztuki głoszenia słowa Bożego. Sugerował przy tym poszukiwanie zasad, dzięki którym przepowiadanie stałoby się mocne, przejrzyste, poważne, a kaznodzieja mógł dorównać „w szlachetnym współzawodnictwie” tym, którzy dzięki zdobytej sztuce wymowy mają wpływ na wierzących.

⁶ Por. EN 17.

⁷ K. Panuś, *Sztuka głoszenia kazań*, Kraków 2008, s. 13. Por. W. Broński, *Język i zachowania niewerbalne kaznodziei w służbie nowej ewangelizacji*, „Przegląd Homiletyczny” 9(2005), s. 126: mówi o dwóch warstwach kazania: teologicznej (jest słowem Bożym) i antropologicznej (jest mową człowieka).

⁸ E. Rydz, *Psychologiczne aspekty przepowiadania*, w: *Mowa żywa*, red. J. Twardy, W. Broński, J. Nowak, Kielce 2005, s. 56. Zob. także M. Klessmann, *Pastoralpsychologie. Ein Lehrbuch*, Brühl 2004, s. 369-370; Ch. Gärtner, *Homiletik in divergierenden Richtlinien*, „Theologie und Glaube” 95(2005), s. 166-168. Por. A. Lewek, *Osobowe uwarun-*

W tym momencie możliwe staje się opisanie tego procesu w formie graficznej, korzystając z jednego z modeli komunikacyjnych funkcjonujących na obszarze tej dziedziny wiedzy⁹ oraz za pomocą pojęć stosowanych we wspomnianej nauce. Wychodząc od najprostszego modelu można stwierdzić, iż przepowiadanie Ewangelii wpisuje się doskonale w następujący schemat:



Nadawcą jest tu kaznodzieja lub katecheta, komunikatem – treść głoszonej nauki, odbiorcą – katechizowani lub wierni, zgromadzeni na Eucharystii, a szumami – wszystko to, co powoduje zniekształcenie przekazu¹⁰. W tym kontekście oczywiste staje się, że skuteczność posługi Słowa – jakkolwiek uwarunkowana działaniem Ducha Świętego – zależy między innymi od: właściwego zakodowania przekazywanej informacji przez nadawcę, odpowiedniego odkodowania jej przez odbiorcę i od występujących szumów komunikacyjnych.

W procesie głoszenia słowa Bożego informacje, które ewangelizujący chce przekazać ewangelizowanym, muszą zostać odpowiednio zakodowane, tzn. wyrażone za pomocą znaków, zwanych kodami. Nie wdając się w szczegółowe rozważania, w tym miejscu ograniczymy się jedynie do wykorzystania kodu zwanego językiem. Katecheta lub kaznodzieja zatem nadaje swojemu komunikatowi postać językową. Od tego, jak wykona to zadanie, zależą dalsze losy

kowania komunikacji kaznodziejskiej, „Ateneum Kapłańskie” t. 100(1983), z. 3(445), s. 413-432.

⁹ Por. W. Przyczyna, H. Sławiński, *Homiletyka a retoryka. Przeszłość, Teraźniejszość, Przyszłość*, „Przegląd Homiletyczny” 9(2005), s. 133: mając świadomość, iż podział kazania na warstwę antropologiczną i teologiczną jest czysto teoretyczny, autorzy zwracają uwagę, że na płaszczyźnie ludzkiej przepowiadanie słowa Bożego można opisać przy pomocy terminów wypracowanych przez retorykę. G. Otto, *Predigt als Sprache*, w: *Grundfragen der Predigt. Ein Studienbuch*, red. W. Engemann, F.M. Lütze, Leipzig 2006, s. 259-279; W. Ostafiński, *Nadawca i odbiorca w komunikacyjnym modelu przepowiadania na przykładzie tekstów abp. Józefa Michalika*, „Collectana Theologica” 77(2008) nr 1, s. 67-79.

¹⁰ Por. M. Tokarz, *Argumentacja. Perswazja. Manipulacja. Wykłady z teorii komunikacji*, Gdańsk 2006, s. 11-24. Por. także Z. Janiec, *Komunikacyjny wymiar liturgii*, Sandomierz 2006, s. 77-108; L. Kuc, *Krótki traktat o teologii komunikacji*, Leszno 1997, s. 51.

przekazanej informacji. Przede wszystkim musi wziąć pod uwagę, na ile dany kod jest znany jego słuchaczom. Oni bowiem muszą samodzielnie dany komunikat odkodować, czyli odtworzyć jego treść¹¹. Już na tym etapie widać, że wskazania teorii komunikacji mogą pomóc w zrozumieniu trudności w przekazywaniu orędzia ewangelicznego współczesnemu człowiekowi. Kwestia odpowiedniego doboru słów, analogii, obrazów dostosowanych do możliwości percepcyjnych katechizowanych czy słuchaczy homilii wydaje się sprawą oczywistą. Pewną wątpliwość mogą budzić sytuacje, gdy zastosowany kod jest doskonale znany zarówno nadawcy, jak i odbiorcy, a interpretacja komunikatu całkowicie odbiega od intencji pierwszego. Z pomocą w zrozumieniu tego przypadku przychodzi hamburski psycholog Friedman Schulz von Thun¹².

II. „Magiczny” kwadrat

Sam Schulz von Thun nie nazywa stworzonego przez siebie modelu komunikacji epokowym odkryciem. Wyraża jednak radość z faktu, iż takowy powstał, jako że doskonale nadaje się do analizy zarówno konkretnych wypowiedzi, jak i odkrywania zaburzeń powstających w procesie przekazu zakodowanej informacji. Już w tym miejscu możemy stwierdzić, iż za pomocą tego modelu można nie tylko wyjaśnić, dlaczego treści przekazywane przez kaznodzieję lub katechetę nie są odbierane przez słuchaczy zgodnie z intencją nadawcy lub dlaczego wprost są odrzucane. W ten sposób ten model interpretacyjny może się przyczynić do usprawnienia działań ewangelizacyjnych. U jego podstaw leży przekonanie, że komunikacja jest rzeczywistością czterowymiarową i wszystkie cztery posiadają taką samą wartość w procesie komunikacji. Psycholog z Hamburga akcentuje, iż przekazując jakąkolwiek informację, mniej lub bardziej świadomie wysyłamy jednocześnie pakiet wiadomości, które można zaszeregować do czterech grup: zawartość rzeczowa, ujawnianie siebie, stosunek nadawcy do odbiorcy i apel¹³. W związku z tym – jego zdaniem – proces

¹¹ M. Tokarz, *Argumentacja. Perswazja. Manipulacja*, s. 14-16.

¹² Prof. Friedman Schulz von Thun (ur. 6 kwietnia 1944 r. w Soltau), niemiecki psycholog, ekspert w dziedzinie komunikacji interpersonalnej. Pracuje jako wykładowca na Uniwersytecie w Hamburgu.

¹³ F. Schulz von Thun, *Miteinander reden 1. Störungen und Klärungen. Allgemeine Psychologie der Kommunikation*, Hamburg 2008, s. 13-16; tenże, *Klarkommen mit sich selbst und anderen: Kommunikation und soziale Kompetenz. Reden, Aufsätze, Dialoge*, Hamburg 2007, s. 210-212.

komunikacji międzyludzkiej można przedstawić graficznie w następujący sposób¹⁴:



W tym kontekście staje się oczywiste, iż w procesie komunikacji nie wystarczy zadbać jedynie o treść przekazywanych informacji: jasność, prostotę, dobór terminów znanych słuchaczom oraz sformułowań, dostosowanych do ich percepcji. Poza pytaniem: o czym informuję? nadawca powinien zapytać siebie samego: co przekażę o sobie i jaki jest mój stosunek do przekazywanej treści? Jak będę traktował swojego słuchacza? Co chciałbym, by słuchacz uczynił po wysłuchaniu mojego komunikatu? Jako że odbiorca może zwrócić uwagę na jedną z czterech informacji wysłanych mu przez nadawcę, zadaniem tego drugiego jest zadbać o to, by jego przekaz pod każdym względem był doskonale dopracowany.

Nadawcy powinna towarzyszyć świadomość, że w każdej wypowiedzi zawiera się nie tylko informacja o stanie rzeczy, ale także o nim samym. W kontekście naszych rozważań warto zwrócić uwagę, że w tej grupie wiadomości na pierwszy plan wysuwają się te, które mówią o stosunku mówiącego do przekazywanych treści. Niejako w pakiecie informacyjnym zawiera się odpowiedź na pytanie: czy to, co mówię, jest zakorzenione w moim przeżyciu, doświadczeniu, uczuciu i myśleniu, czy pochodzi ode mnie (*von innen*)?¹⁵ Nietrudno zauważyć, iż chodzi tutaj przede wszystkim o autentyczność przemawiającego lub nauczającego.

Dobór słów, intonacja głosu oraz inne sygnały pozawerbalne to główne nośniki informacji, wskazujące na sposób traktowania odbiorcy przez nadawcę. Płaszczyzna ta ma ogromne znaczenie w komunikacji międzyludzkiej i nierzadko decyduje o tym, w jaki sposób przekazane treści zostaną zinterpretowane. Od tego, czy słuchacz czuje się szanowany czy lekceważony, zależy sposób przyjęcia przez niego dostarczonych informacji¹⁶. Człowiek współ-

¹⁴ Za: tenże, *Miteinander redden 1.*, s. 30; tenże, *Klarkommen mit sich selbst und anderen*, s. 211.

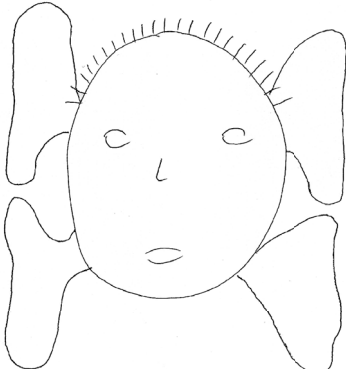
¹⁵ Tenże, *Miteinander redden 1.*, s. 109.

¹⁶ Tamże, s. 156.

czesny niezwykle wysoko ceni swoją niezależność i podmiotowość. Pojęcia te wskazują nie tylko na jednostkową odmienność i oryginalność, ale także na wewnętrzną odporność wobec wpływów oraz decydowanie o przebiegu swojego życia wewnętrzną wolą i własnym postanowieniem. Wielu uważa podmiotowość nie tylko za wybór sposobu bycia w świecie, ale za konieczny atrybut egzystencji¹⁷. Ludzie dziś „są bliscy formule Sartre’a, iż człowiek jest *skazany na wolność*, a więc absurdem jest, by mógł zostać jej pozbawiony”¹⁸. W związku z tym – kiedy jego psychika zbuntuje się wobec sposobu, w jaki jest traktowany – nie dopuści do siebie przekazywanych treści¹⁹.

Ostatnią – lecz niemniej ważną płaszczyzną pakietu informacji wysyłanych w jednym komunikacie – jest apel, czyli technika skłaniająca publiczność do akceptacji przedstawionych argumentów, a w konsekwencji podjęcia lub zaniechania określonego działania. Apel może być wyrażony wprost lub w sposób ukryty²⁰. Warto dodać, iż relacje między nadawcą a odbiorcą mają duży wpływ na moc jego oddziaływania.

Kontynuując powyższe rozważania, Schulz von Thun zwrócił uwagę, iż każdy odbiorca ma „cztery uszy”, odpowiadające czterem płaszczyznom wypowiedzi²¹:

<p>Co to za jeden? Co z nim jest? Jaki jest jego stosunek do tego, co mówi? Jak on ze mną rozmawia? Czy on wie, z kim ma do czynienia?</p>		<p>Jaka jest zawartość treściowa komunikatu? O czym on do mnie mówi? Co powinienem zrobić, myśleć, czuć na podstawie jego przekazu?</p>
--	--	---

¹⁷ H. Świda-Ziemba, *Wartości egzystencjalne młodzieży lat dziewięćdziesiątych*, Warszawa 1995, s. 73, 138.

¹⁸ Tamże, s. 139. Por. A. Oleszkowicz, A. Keplinger, *Potoczne rozumienie przez młodzież licealną i akademicką wybranych pojęć związanych z etyką*, „Psychologia rozwojowa” 2(2007), s. 55-56.

¹⁹ Por. F. Schulz von Thun, *Klarkommen mit sich selbst und anderen*, s. 217.

²⁰ Tenże, *Miteiander redder 1.*, s. 29; S.P. Morreale, B.H. Spitzberg, J.K. Barge, *Komunikacja między ludźmi. Motywacja, wiedza i umiejętności*, Warszawa 2007, s. 677.

²¹ F. Schulz von Thun, *Miteiander redder 1.*, s. 45; tenże, *Klarkommen mit sich selbst und anderen*, s. 157.

W przypadku gdy natychmiast po wysłaniu informacji otrzymujemy komunikat zwrotny, jesteśmy w stanie zauważyć, na jaki aspekt naszej wypowiedzi słuchacz zwrócił uwagę, lub które ucho ma bardziej wyczułone. Trudniej jest w przypadku przemówień publicznych do większej grupy ludzi. Tutaj bowiem najczęściej komunikaty zwrotne przesyłane są za pomocą komunikacji pozawerbalnej. Wymaga to odpowiedniego nastawienia mówiącego i swoistego rodzaju wrażliwości na sygnały płynące od publiczności.

W jaki sposób opisany proces przebiega w praktyce, Schulz von Thun tłumaczy na podstawie rozmowy męża i żony podróżujących samochodem. Za kierownicą siedzi kobieta. W pewnym momencie mężczyzna wysłał komunikat: „Zobacz, jest zielone światło”. Otrzymuje odpowiedź: „Prowadzę ja czy ty?”. Analizując tę sytuację w kontekście powyższych rozważań, możemy stwierdzić:²²

zawartość treściowa komunikatu wysłanego przez męża brzmiała:	światło jest zielone;
ujawnianie siebie:	spiesz mi się;
apel:	dodaj gazu;
wzajemne relacje:	potrzebujesz mojej pomocy.

Nietrudno zauważyć, że kobieta wysłuchała komunikatu, angażując jedynie ucho wzajemnych relacji. Przyczyną takiego stanu rzeczy mogła być komunikacja pozawerbalna, niemniej jednak przykład ten wyraźnie ukazuje, że niemal w każdej sytuacji i w kontekście każdej wypowiedzi grozi nam to, że odbiorca nie odbierze jej zgodnie z naszymi intencjami.

Jeśli podczas lekcji nauczyciel podniesionym głosem, wzmocnionym gwałtowną gestykulacją wysłał do uczniów komunikat: „Wcale się nie ucycie!”, można przypuszczać, że zostanie on zrozumiany na wiele sposobów:

KOMUNIKAT:	Wcale się nie ucycie!
UCZEŃ 1 (ucho zawartości rzeczowej):	Nie zdobyłem wymaganej wiedzy.
UCZEŃ 2 (ucho wzajemnych relacji):	Nauczyciel mnie nie lubi, jestem słabym uczniem.
UCZEŃ 3 (ucho ujawniania siebie)	Nauczyciel miał zły dzień; jest zdenerwowany.
UCZEŃ 4 (ucho apelu)	Może powinienem wziąć się do pracy.

²² Za: tenże, *Miteinander reden 1.*, s. 25-31.

Wprawdzie intencją nadawcy – nauczyciela mogło być jedynie przekazanie informacji o stanie wiedzy uczniów, jednak – uwzględniając powyższe rozważania, możemy stwierdzić, że reakcja poszczególnych słuchaczy będzie skrajnie różna, niekoniecznie taka, jakiej oczekiwałby nadawca. Dotychczasowe spostrzeżenia pozwalają stwierdzić, że postulat uwzględnienia w procesie przygotowania i prezentacji wypowiedzi każdej z jej czterech płaszczyzn nabiera charakteru dyrektywy. Dotyczy to także jednostek przepowiadania i katechez.

III. Ewangelizując mądrze

Adaptując model komunikacyjny Schulza von Thuna do głoszenia słowa Bożego, trudno zatrzymać się nad zawartością rzeczową katechez i homilii. Ta jest ściśle określona przez dokumenty Kościoła, programy nauczania; poświęcono jej wiele prac zarówno o charakterze naukowym, jak i pastoralnym. Ograniczenie się zatem w niniejszym opracowaniu do pozostałych trzech płaszczyzn wydaje się zrozumiałe.

1. Ujawnianie siebie

Sam profesor z Hamburga zwraca uwagę, iż jeśli przepowiadający słowo Boże przyjmie wobec słuchaczy postawę neutralnego tłumacza – treść, którą będzie przekazywał, nie będzie żyła i nikogo nie obudzi do życia. Dlatego niezbędne jest, by zarówno kaznodzieja, jak i katecheta postawili sobie pytanie: „Jakie znaczenie mają dla mnie poszczególne treści?” i dawali swoim słuchaczom to, co jest naprawdę ich, w myśl zasady: Jeśli próbuję dać więcej niż mam, w rzeczywistości daję mniej²³. Powyższe wskazania wpisują się w szeroki problem ujmowania jednostki przepowiadania jako świadectwa, a głoszącego słowo Bożego jako świadka²⁴. Pierwszy postulat, jaki niesie psychologia komunikacji, nie jest problemem nowym, niemniej jednak wciąż domaga się uwzględnienia i zastosowania. Nawet obiektywnie najlepsza treść odczytana z kartki, bez zaangażowania, może po prostu nie dotrzeć do słuchaczy, którzy zwrócą uwagę na stosunek głoszącego do tego, co przekazuje.

²³ Tenże, *Klarkommen mit sich selbst und anderen*, s. 214-215.

²⁴ Szerzej zob. P. Müller, *Predigt ist Zeugnis. Grundlegung der Homiletik*, Freiburg–Basel–Wien 2007.

Wśród technik ukrywania siebie wyszczególnionych przez von Thuna w kontekście naszych rozważań na pierwszy plan wysuwa się stosowana często w homiliach forma *pluralis homileticus*. Realizuje się ona poprzez stosowanie: czasowników w 1 osobie liczby mnogiej („my”), różnych form fleksyjnych zaimka osobowego „my” oraz zaimka dzierżawczego „nasz”²⁵. Wprawdzie dzięki niej kaznodzieja buduje poczucie bliskości i wspólnoty z wiernymi, jako że wówczas utożsamia się z odbiorcami, wspólnie z nimi kroczy drogą wiary, nie wynosi się ponad innych²⁶, jednak jest ona uzasadniona w przypadku, kiedy przyjmuje postać tzw. „my nieprzeciwstawnego”²⁷, to znaczy takiego, które wyraża kaznodzieję i słuchaczy. Można je opisać symbolicznie: „ja + wy”, np. „dziś modlimy się za wstawiennictwem świętego...”, to znaczy zarówno kaznodzieja, jak i słuchacze w danym momencie rzeczywiście przyzywają wstawiennictwa określonej osoby, wyniesionej na ołtarze.

Należy odróżnić je od formy „my”, która jest tylko pozornie nieprzeciwstawna, a w rzeczywistości ujawnia dystans pomiędzy głoszącym słowo Boże i jego odbiorcami oraz od „my” przeciwstawnego, które wyłącza „ja” kaznodziei i sprowadza się do „wy”, mimo że wprost nie zostało ono wypowiedziane, np. „Przestajemy myśleć. Przestajemy decydować. Już nie Bóg jest dla nas najważniejszy, ale to, co mówi się na ulicy, w mediach, na spotkaniach towarzyskich” lub: „Nasza wiara jest niepełna, nierzadko wybiórcza”, czy też: „Być może mamy w sercu fałszywy obraz Boga. Boga jako surowego sędziego lub egzekutora jakiejś kary za grzechy. A przecież Bóg jest kochającym Ojcem”²⁸.

Ostatni przykład wyraźnie ukazuje, w jaki sposób forma „my” jest nadużywana. Kaznodzieja, tłumacząc, że Bóg jest kochającym Ojcem, wyraźnie dystansuje się od wcześniej wypowiedzianych zdań, a przecież stosował wyraźnie 1 osobę liczby mnogiej. Z retorycznego punktu widzenia forma *pluralis homileticus* jest tutaj błędem.

²⁵ Za: B. Matuszczyk, *Pluralis homileticus jako strategia kształtowania relacji między kaznodzieją a słuchaczami*, w: *Język w komunikacji*, t. 2, red. G. Habrajska, Łódź 2001, s. 25-26.

²⁶ Por. G. Siwek, *Przepowiadać skuteczniej. Elementy retoryki kaznodziejskiej*, Kraków 1992, s. 37-38.

²⁷ Za: B. Matuszczyk, *Pluralis homileticus*, s. 26-29.

²⁸ Za: tamże, s. 26-27.

2. Wzajemne relacje

Wolność, ceniona przez człowieka współczesnego w sposób wyjątkowy, wymaga od przepowiadającego słowo Boże odpowiedniej postawy. Autorytarne przepowiadanie może zrazić słuchacza. Nakazy, zakazy, moralizowanie – częściej powodują blokadę w umysłach i sercach, niż ułatwiają unikanie zła i dokonywanie właściwych wyborów. Konieczny jest zatem język dialogu, bardziej rozmowy o problemach wiary niż pouczeń²⁹. Słuchacz, pomimo swoich sprzeczności, chce być przede wszystkim akceptowany i zwraca uwagę na to, czy jest szanowany, czy poniżany.

Wymaganie ślepego posłuszeństwa od słuchacza często jest przyczyną buntu lub bierności³⁰. Józef Tischner w takiej postawie widzi brak wiary w obiektywne istnienie wartości. Przepowiadający słowo Boże – „zmuszając” kogokolwiek do etycznego czy religijnego czynu, domagając się posłuszeństwa – zdradza swoją niewiarę w to, iż prezentowane przez niego wartości są na tyle ważne i atrakcyjne, że słuchacz sam jest w stanie je odkryć. Wykorzystywanie elementu presji może zostać uznane za przejaw przedmiotowego traktowania odbiorców oraz brak zaufania do nich³¹.

Powyższe rozważania pozwalają postawić postulat takiego głoszenia, które będzie swego rodzaju wspólnym poszukiwaniem najlepszego rozwiązania i będzie wykraczać poza zwyczajne przekazywanie wiadomości. Nieuprawniony wydaje się zatem system komunikacji, przebiegający „z góry w dół”, gdzie słuchaczowi pozostawia się jedynie „potakiwanie”. Głosiciel słowa Bożego powinien raczej występować jako partner dialogu, który – jak twierdzi Śnieżyński – w społeczeństwach demokratycznych, gdzie mamy do czynienia z wielością punktów widzenia i doświadczaniem wolności wyboru, przestał być luksusem, a stał się koniecznością, wynikającą z pełnej koncepcji prawdy³².

²⁹ K. Pawlina, *Eucharystia w życiu młodzieży*, „Collectanea Theologica” 68(1998) nr 3, s. 44.

³⁰ Zob. J. Piaget, *Rozwój ocen moralnych dziecka*, Warszawa 1967, s. 338-339. Zob. także H. Muszyński, *Rozwój moralny*, Warszawa 1983, s. 85.

³¹ Zob. J. Tischner, *Świat ludzkiej nadziei*, Kraków 1972, s. 33: autor porównuje takie działanie do pedagoga, który uczy estetycznego obcowania z dziełem sztuki w ten sposób, że pokazuje obraz i przyzwyczajają uczniów do reagowania okrzykami zachwyty, nie ukazując estetycznych wartości dzieła. Zob. także B. Matuszczyk, *Retoryka Kościoła dziś – „siedem grzechów głównych” współczesnego kaznodziejstwa*, w: *Skuteczność słowa w działaniach politycznych i społecznych. Materiały konferencyjne Bydgoszcz, 3–5 kwietnia 1997 r.*, red. E. Laskowska, Bydgoszcz 1999, s. 128.

³² Zob. M. Śnieżyński, *Dialog edukacyjny*, Kraków 2001, s. 7-8. Por. także Z. Grzegorski, *Homiletyka kontekstualna*, Poznań 1999, s. 89-90. Szerzej na temat dialogu

3. *Apelowanie*

Z jednej strony wydawać by się mogło nieuzasadnione wskazywanie na to, co słuchacz powinien zrobić po wysłuchaniu homilii bądź katechezy. Wszak wkraczamy wówczas na teren szczególnie chroniony przez człowieka, ingerując w jego wolność. Z drugiej – sam von Thun zwraca uwagę, że dobrze sformułowany apel jest dla słuchacza pomocą, na którą czeka, o którą się dopytuje i który z wdzięcznością przyjmuje³³.

Ogólna zasada mówi, że przepowiadanie słowa Bożego powinno być zbudowane na modelu: *indyktyw zbawczy – imperatyw moralny*. Odwrócenie tego modelu, oddzielenie od siebie tych dwóch rzeczywistości prowadzi najczęściej do moralizowania, które nie ma nic wspólnego z głoszeniem Dobrej Nowiny. Kaznodzieja ani katecheta nie mogą zapomnieć, że każde wezwanie powinno zostać właściwie uzasadnione, wskazując przede wszystkim na korzyści płynące z danego działania. Zdecydowanie należy unikać sformułowań ogólnych i abstrakcyjnych w stylu: „i my pójdźmy dziś za Jezusem”, „wejdźmy w przestrzeń Eucharystii”, które jakkolwiek brzmią ciekawie, to jednak nie niosą żadnej konkretnej treści. Słuchacz po prostu nie wie, co powinien uczynić po wysłuchaniu takiego apelu, stąd łatwo się po prostu zwolnić od jakiegokolwiek działania³⁴.

Najlepszym podsumowaniem tej części rozważań wydaje się niezwykle trafne zalecenie Nagórniego, by w Biblii odkryć nie tyle „człowieka określonych zasad, praw i norm moralnych, ile raczej człowieka, który otrzymał dar nowego życia w Chrystusie i stara się nieustannie przyoblec w nowego człowieka”³⁵.

w przepowiadaniu zob. Wł. Chaim, *Rozmowa w przekazie kaznodziejskim. Homilie i kazania dialogowane*, w: *Retoryka na ambonie. Z problemów współczesnego kaznodziejstwa*, red. P. Urbański, Kraków 2003, s. 291-325.

³³ F. Schulz von Thun, *Klarkommen mit sich selbst und anderen*, s. 219.

³⁴ Szerzej zob. S. Dyk, *Specyfika homilijnej parenezy*, s. 72-82. Zob. także J. Kudasiewicz, *Biblijne rady i przestrogi dla proroków słowa Bożego*, „Pastores” 1(2005), s. 10-11. Por. W. Bołoz, *Współczesne przepowiadanie moralne – potrzeba uzasadnienia i motywacji*, „Homo Dei” 77(2008) nr 1, s. 21-29.

³⁵ J. Nagórny, *Teologiczna interpretacja moralności Nowego Przymierza*, Lublin 1989, s. 53. Por. Komisja do spraw życia i posługi kapłanów przy Krajowej Konferencji Biskupów Katolickich USA, *Dziś spełniły się słowa Pisma, któreście słyszeli. Homilia w niedzielnym zgromadzeniu wiernych*, Włocławek 2002, s. 30-37.

Zakończenie

Z antropologicznego punktu widzenia (teologiczny zachowując w pamięci) wykorzystanie osiągnięć retoryki, teorii komunikacji i psychologii w procesie głoszenia słowa Bożego nie tylko jawi się jako wspomagające ewangelizację, ale w pewnym sensie nieodzowne, jeśli kaznodziei lub katechecie zależy na tym, by głoszone słowa dotarły do słuchacza zgodnie z jego zamierzeniem i intencjami. Jakkolwiek skuteczność kazania i katechezy jest uwarunkowana działaniem łaski Bożej, nie wolno zapomnieć, że mają na nią wpływ także uwarunkowania takie, jak: cechy nadawcy, cechy przekazu (treść kazania, jego struktura i forma), kanał przekazu (sposób, w jaki następuje przekaz informacji) oraz cechy odbiorcy³⁶.

Wykorzystany w niniejszym artykule model komunikacji międzypersonalnej Schulza von Thuna jest jednym z wielu osiągnięć wspomnianych nauk, które warto wykorzystać i stosować na gruncie głoszenia Słowa. Dzięki temu łatwiej sprostać nie tylko wskazaniom Pawła VI zawartym w encyklice *Ecclesiam suam*: „Trzeba nam więc powrócić nie do uczenia się czysto ludzkiej wymowy lub pustej retoryki, lecz prawdziwej sztuce głoszenia słowa Bożego. Powinniśmy poszukiwać zasad, dzięki którym stałaby się ona prosta, przejrzysta, mocna, poważna, abyśmy pozbyli się wrodzonej niezaradności, która nie pozwala nam posługiwać się swobodnie tym tak wzniosłym i tajemniczym narządem działania, jakim jest słowo Boże, i abyśmy dorównali w szlachetnym współzawodnictwie tym wszystkim, którzy dzięki sztuce wymowy posiadają w naszych czasach ogromny wpływ, mając możliwość przemawiania tam, gdzie kształtuje

³⁶ Za: W. Broński, *Kontakt homiletyczny*, „Roczniki Teologiczno-Kanoniczne” 51(2004) nr 8, s. 190. Zob. także A. Adam, *Grundriss Liturgie*, Freiburg–Basel–Wien 1985, s. 60–61; A. Sorrentino, *Sztuka przewodniczenia celebracjom liturgicznym*, Kraków 2001, s. 38; A. Wollbold, *Handbuch der Gemeindepastoral*, Regensburg 2004, s. 183; K. Müller, *Homiletyka na trudne czasy*, Kraków 2003, s. 347; D. Zdunkiewicz-Jedynak, *Językowe środki perswazji w kazaniu*, Kraków 1996, s. 38; L. Kuc, *Krótki traktat...*, s. 184; M. Ebner, *Vom Text zur Predigt – Gedanken eines Exegeten zur Predigtarbeit*, w: *Die Bibel im Gottesdienst Zugänge und Praxismodelle*, red. B. Krautter, F.J. Ort Kemper, Stuttgart 2002, s. 28–29; W. Broński, D. Krok, *Wpływ czynników emocjonalnych na odbiór kazania*, „Przegląd Homiletyczny” 12(2008), s. 177; Z. Grzegorski, *Homiletyka kontekstualna*, Poznań 1999, s. 15–16; J. Nowak, *Kaznodzieja – semper fidelis?*, „Przegląd Pastoralno-Homiletyczny” 4(2000), s. 60; W. Broński, *Homilia a ewangelizacja*, s. 48; L. Szewczyk, *Recepcja liturgicznego wymiaru homilii*, Katowice 2003, s. 26; Z. Adamek, *Homiletyka*, Tarnów 1992, s. 222–230; W. Przyczyna, *Przepowiadanie w liturgii. Cechy posoborowej homilii*, „Ateneum Kapłańskie” t. 126(1996), z. 2(522), s. 184–186.

się opinia publiczna³⁷. Przede wszystkim łatwiej będzie wypełnić polecenie Jezusa Chrystusa: „idąc, czyńcie uczniami”.

**EVANGELIZE MORE EFFECTIVELY. PSYCHOLOGY
OF COMMUNICATION
IN THE SERVICE OF EVANGELIZATION**

Summary

For preaching the Word of God to be effective, both the preacher and the listeners should be open to the Holy Spirit. On the other hand effective preaching makes use of all possible resources to convey its content in a way that is attractive, worthy of attention and construed in accordance with the intention of the preacher or catechist. This article takes up the problem of using one of the achievements of the psychology of communication – communication square of Schulz von Thun in the work of evangelization. The author highlights three elements of this model, which shed new light on the understanding of interpersonal communication and thus on the process of proclaiming the Word of God. Thus a preacher should pay attention both in the preparation and preaching the homily or catechesis – not only to the content of preaching, but also to revealing himself as the person proclaiming the Word of God, to the interaction between the preacher (catechist), and the audience and to the appropriate formulation of appeals. The theological look at the work of evangelization should not be depreciated, however the use of achievements of humanities can boost the effectiveness of preaching the Word of God.

³⁷ ES 91.