

Marek Dziewiecki

Ponowoczesność, media i ewangelizacja

Kieleckie Studia Teologiczne 3, 23-47

2004

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. Marek Dziewiecki – Radom

PONOWOCZESNOŚĆ, MEDIA I EWANGELIZACJA

Wstęp

Podstawową misją Kościoła jest głoszenie Dobrej Nowiny aż po krańce ziemi. Ewangelia nie jest jednak przekazywana jakiemuś abstrakcyjnemu człowiekowi, ale konkretnym ludziom, żyjącym w określonym kontekście historycznym, geograficznym, cywilizacyjnym, ekonomicznym i obyczajowym. Z tego względu głoszenie Ewangelii wymaga od Kościoła posługiwania się takim językiem i argumentami oraz takimi formami przekazu, które uwzględniają sytuację oraz możliwości percepcyjne słuchacza żyjącego w danym miejscu i czasie¹. W przeciwnym przypadku Ewangelia może być odrzucona nie ze względu na nią samą, ale ze względu na błędną czy niezrozumiałą dla słuchacza formę komunikacji, którą posługuje się głosiciel słowa Bożego².

1. Ewangelia: Dobra Nowina czy zbędny ciężar?

Kilka miesięcy temu uczestniczyłem w audycji radiowej na temat postaw religijnych ludzi młodych w naszym kraju. Prowadzący audycję dziennikarz powiedział w którymś momencie, iż jego zdaniem część młodzieży oddała się obecnie od Kościoła głównie dlatego, że młodzi ludzie nie chcą dźwigać ciężarów, jakie nakłada na nich Kościół w postaci Bożych przykazań czy innych norm moralnych. Wyjaśniłem wtedy, że tego typu rozumowanie jest mi całkowicie obce, gdyż wynika ono z zupełnie mylnego rozumienia Ewangelii i Dekalogu. Otóż Boże przykazania, które przypomina Kościół z polecenia Chrystusa,

¹ Por. G. Ambrosio (i inni), *La Chiesa e i media*, Milano 1996.

² Por. M. Hochschild, *Kundschafiler des Neuen*, w: *Zielsicher und menschenoffen. Ein neuer Blick auf Ressourcen und Möglichkeiten der Seelsorge*, red. E. Garhammer, Regensburg 2001, s. 86–122.

nie są dla mnie żadnym ciężarem, lecz przeciwnie – są zaszczytem i wyróżnieniem. To przecież wielki zaszczyt i wyróżnienie żyć w taki sposób, by nie stawać w miejsce Boga żadnych ludzi czy rzeczy, by szanować rodziców, by nie zabijać ani nie szkodzić na zdrowiu sobie i innym ludziom, by nie cudzołożyć, by nie kraść i nie kłamać. Dramatem i wielkim ciężarem staje się natomiast sytuacja odwrotna, gdy ktoś nie respektuje Dekalogu, gdy krzywdzi siebie i innych, gdy popada w grzechy, uzależnienia i rozpacz, gdy traci radość życia i nadzieję na lepszą przyszłość.

Dziennikarz słuchał z wyraźnym zdumieniem tego oczywistego dla mnie wyjaśnienia. A w mojej świadomości pojawiła się bolesna myśl, że to my – uczniowie Chrystusa (rodzice, księża, katecheci, nauczyciele) – przedstawiamy nierzadko Ewangelię w tak dziwny czy nieudolny sposób, iż w odbiorze słuchacza Dobra Nowina o zbawczej miłości Boga do człowieka przeradza się w złą nowinę o niemodnych i bezsensownych zakazach czy nakazach, które Kościół próbuje „narzucić” współczesnemu człowiekowi.

Przytoczony powyżej epizod stanowi potwierdzenie faktu, iż Kościół XXI wieku stoi w obliczu podwójnego zadania. Po pierwsze, ma on rozeznaczyć rzeczywistość, w której żyje współczesny słuchacz słowa Bożego. Po drugie – powinien coraz lepiej rozumieć strategię i skutki oddziaływania środków komunikacji używanych w cywilizacji, w której żyje potencjalny odbiorca nauki Chrystusa. Stawką jest tu zarówno kształtowanie oblicza tej ziemi, jak i życie wieczne. Wiara nie jest możliwa bez Bożej łaski, ale rodzi się ona przecież ze słuchania! Objawienie Boże nie dokonuje się nigdy w sposób magiczny czy automatyczny. W każdych czasach wymaga ono mediacji ludzkiej, która uwzględnia konkretne uwarunkowania społeczne i kulturowe. Sam Bóg zdecydował, że będzie potrzebował ludzkich pośredników, aby zrealizować swój plan zbawienia. Wspiera On swoją łaską wszystkich ewangelizatorów, ale też zostawia im wolność w ramach ich osobistych możliwości oraz ich specyficznego stopnia odpowiedzialności za głoszenie Ewangelii. Naszym zadaniem jest stawanie się optymalnym kanałem przekazu wiary. Włączenie się w dzieło ewangelizacji wymaga zatem pogłębionej wiedzy na temat sytuacji współczesnego człowieka oraz zdobycia odpowiednich kompetencji z zakresu różnych dziedzin wiedzy, które zajmują się komunikacją międzyludzką i które pomagają nam głosić słowo Boże w sposób zrozumiały dla ludzi naszych czasów³.

2. Adresat słowa Bożego w kulturze ponowoczesności

Sytuacja współczesnego adresata słowa Bożego w znacznym stopniu wynika z faktu, że żyje on w społeczeństwie zdominowanym kulturą pono-

³ Por. M. C. Carnicella, *Comunicazione ed evangelizzazione*, Milano 1998, s. 9.

woczesności, zwaną też kulturą postmodernizmu⁴. Popatrzmy na typowe cechy tej kultury oraz na jej wpływ na współczesnego człowieka, a zwłaszcza na jego sposób rozumienia oraz przeżywania siebie i świata. Pierwszą z cech społeczeństwa ponowoczesnego są **błyskawiczne przemiany w podstawowych sferach ludzkiego życia**. To, co jeszcze wczoraj wydawało się dopiero nowe i zaskakujące, dzisiaj staje się już przebrzmiałe i zostaje zastąpione przez coś nowego. Odnosi się to zwłaszcza do zmian obyczajowych, społecznych i politycznych.

Cecha druga ponowoczesności to **skrajny relatywizm**. Modne jest obecnie relatywizowanie dosłownie wszystkiego: kryteriów zdrowia fizycznego (np. traktowanie bezpłodności jako przejawu „zdrowia reprodukcyjnego” i antykoncepcji jako „leku”!), zdrowia psychicznego, wartości i norm moralnych, a nawet statusu i godności osoby ludzkiej. Z jednej strony ponowoczesność głosi, że człowiek to ktoś wolny oraz świadomy swych praw protagonista przemian. Z drugiej strony ponowoczesność nie przyznaje mu nawet tego najbardziej podstawowego prawa, jakim jest prawo do życia od poczęcia do naturalnej śmierci. Skrajny relatywizm prowadzi do sytuacji, w której człowiek nie panuje ani nad samym sobą, ani nad dziełem własnych rąk⁵. Jednocześnie relatywizm prowadzi do zawężonej i naiwnej antropologii, która ze względów ideologicznych przecenia możliwości człowieka, natomiast pomija milczeniem zagrożenia i ograniczenia, którym on podlega.

Kolejna cecha ponowoczesności to **zmiany sposobu funkcjonowania struktur społecznych**. Zmiany te dotyczą rozumienia i funkcjonowania rodziny, szkoły, zakładu pracy, instytucji społecznych, kulturowych i politycznych. Związane są one z rosnącą industrializacją, urbanizacją, migracją, a także z błyskawicznym rozwojem komunikacji masowej oraz szerokim dostępem do informacji. Skutkiem tego typu procesów jest radykalna zmiana w sposobie życia poszczególnych ludzi oraz w sposobie budowania więzi międzyludzkich. To z kolei prowadzi do radykalnych przemian w strukturze potrzeb materialnych i psychospołecznych, a także w hierarchii wartości. Zauważa się wyraźną przewagę socjalizacji, czyli procesu integracji społecznej, nad personalizacją, która polega na odkryciu i zrealizowaniu przez daną osobę swego niepowtarzalnego powołania⁶.

Symptomatyczną cechą społeczeństwa ponowoczesnego jest **ambiwalentna postawa wobec rozumu i myślenia**. Z jednej strony odnotowujemy szybki rozwój nauki i techniki, a z drugiej – widzimy, że coraz więcej ludzi zupełnie rezygnuje ze zdolności racjonalnego myślenia w odniesieniu do własnego życia

⁴ Szczegółowe analizy na temat ponowoczesności oraz zasad wychowania w tego typu kulturze zob. M. Dziewiecki, *Wychowanie w dobie ponowoczesności*, Kielce 2002.

⁵ Por. GS 4. Dokładnie omawia tę kwestię G. Silvestri, *Società complessa e nuove frontiere della profezia cristiana*, Roma 1996, s. 304.

⁶ Por. GS 6.

i postępowania. Oficjalnie proklamowany jest niemal kult ludzkiego rozumu i nadzieja, że dzięki naszemu geniuszowi stanie się możliwe modyfikowanie ludzkiej natury oraz wyeliminowanie biedy, chorób czy dyskryminacji. Faktycznie natomiast promowany jest rodzaj „schizofrenii” intelektualnej. „Poprawność” polityczna wymaga bowiem, by współczesny człowiek posługiwał się myśleniem naukowym i logicznym tylko (!) w odniesieniu do świata rzeczy. Natomiast w odniesieniu do człowieka powinien kierować się myśleniem magicznym, życzeniowym czy „pozytywnym”, zamiast myśleniem realistycznym i logicznym. Mentalność ponowoczesności stawia subiektywne przekonania danego człowieka (nawet tego, kto jest ewidentnie niedojrzały czy zaburzony) wyżej niż obiektywne fakty.

Tego typu zdumiewająca i groźna „schizofrenia” w odniesieniu do ludzkiego rozumu nie jest oczywiście sprawą przypadku. Można wskazać dwa podstawowe powody takiej niekonsekwencji. Powód pierwszy to fakt, że kultura ponowoczesności związana jest z wieloma absurdalnymi ideologiami i mitami, które nie wytrzymałyby konfrontacji z racjonalnym myśleniem (np. przekonanie o istnieniu łatwego szczęścia, stawianie demokracji ponad prawdą, a tolerancji ponad miłością i odpowiedzialnością, traktowanie jako równoważnych różnych systemów religijnych, moralnych czy filozoficznych). Powód drugi to fakt, że jakość myślenia na temat samego siebie zależy bardziej od jakości życia i postępowania niż od ilorazu inteligencji. Ponowoczesność prowadzi do kryzysu człowieka i promuje zachowania zaburzone. W konsekwencji typowy przedstawiciel ponowoczesności to ktoś, kto myśli według swojego postępowania i kto potrafi nałogowo oszukiwać samego siebie nawet wtedy, gdy z tego powodu umiera (np. alkoholizm, narkomania, AIDS)⁷.

Kolejną cechą ponowoczesności jest **tendencja do skrajnego indywidualizmu**. Indywidualizm oznacza przyznawanie jednostce absolutnej wartości i postawienie jej w centrum rzeczywistości jako jedyne kryterium odniesienia i oceny. Celem człowieka w tej perspektywie jest zgromadzenie jak największej ilości dóbr materialnych wszelkimi możliwymi metodami. W konsekwencji taki człowiek kręci się wokół samego siebie. Jest niezdolny do solidarności społecznej, do życia we wspólnocie ani do kontaktu z Bogiem. Popada w materializm i staje się ofiarą sztucznych potrzeb. Nie ma już innej perspektywy niż własne „ja” i własne doraźne interesy. Indywidualizm wyklucza nie tylko troskę o dobro wspólne, solidarność, sprawiedliwość społeczną, współodpowiedzialność czy wierność. Wyklucza też podstawowe wartości jednostki, takie jak prawo do narodzenia i życia (bo ktoś silniejszy usiłuje żyć kosztem kogoś słabszego), do wolności (bo wolny jest rynek, ale nie człowiek), do wrażliwości moralnej i religijnej, bo to wszystko sprzeciwia się logice indywidualizmu⁸.

⁷ Por. M. Dziewiecki, *Wychowanie w dobie ponowoczesności*, dz. cyt., s. 64n.

⁸ Por. G. Frosini, *Evangelizzare oggi*, Bologna 1994, s. 41.

Indywidualizm pojawił się najpierw na polu ekonomicznym i oznaczał dążenie do nieskrepowanej działalności poszczególnych ludzi w sferze produkcji. Później mentalność wolnego rynku i wolnej konkurencji została przeniesiona również na płaszczyznę społeczną, polityczną, obyczajową, moralną, religijną, a także na kulturę, sztukę i muzykę. Indywidualizm to odwrotność kolektywizmu, który jest typowy dla komunizmu i w którym liczy się wyłącznie dobro określonej grupy czy klasy społecznej. Indywidualizm oznacza popadnięcie w drugą skrajność. Jedną z konsekwencji indywidualizmu jest absolutyzacja subiektywizmu, gdyż w tej perspektywie „prawdziwe” jest to, co dana jednostka sądzi czy chce, by było prawdziwe. W ten sposób człowiek tworzy świat, w którym wszystko jest prywatne, oparte jedynie na odczuciach, na egoistycznym szukaniu osobistej wygodny i doraźnej przyjemności.

Inną istotną cechą postmodernizmu jest **hedonizm**. Termin ten oznacza postawę życiową, która polega na traktowaniu przyjemności jako jedyne kryterium postępowania. Hedonista myli przyjemność ze szczęściem. W konsekwencji szuka przyjemności osiągniętej łatwo, bez wysiłku, bez zobowiązań, bez oceny moralnej. W tej perspektywie nie ma miejsca na cnotę. Uleganie hedonizmowi prowadzi do sytuacji, w której człowiek staje się niewolnikiem doraźnej przyjemności i traci zdolność myślenia o konsekwencjach swego postępowania dla samego siebie oraz dla innych ludzi. Hedonista nie chce pracować, ale chce korzystać z pracy innych. Szuka rozrywki dosłownie za każdą cenę. Także za cenę sumienia, moralności, wierności, rodziny, a nawet za cenę zdrowia i życia. Coraz częściej współczesny hedonista nie szuka już nawet przyjemności, ale zadawala się iluzją miłych doznań, np. sięgając po narkotyk, decydując się na patologiczny seks czy odgrywając rolę kogoś szczęśliwego nawet kilka minut przed popełnieniem samobójstwa. Hedonista poddaje się mentalności supermarketu. Przechodzi koło własnego życia jak koło sklepowych półek z towarami i wyciąga rękę po wszystko, co przyciąga jego uwagę. Nie zdaje sobie sprawy z tego, iż stając się niewolnikiem doraźnej przyjemności, czyni to, co w rzeczywistości oddala go od trwałego szczęścia.

Następną cechą mentalności ponowoczesnej jest **skrajny liberalizm**. Chodzi tu o postawę, która polega na kierowaniu się wolnością rozumianą negatywnie, czyli jako wolność od wszelkich norm, zasad czy zobowiązań. W XIX i XX wieku modne stały się systemy społeczne i filozoficzne zbudowane na założeniu, że człowiek jest wyalienowany, a nawet wręcz ograbiony ze swej wolności. Systemy te postulowały, iż podstawowym sposobem odzyskania i wyrażania wolności powinien być bunt, „uwalnianie się” od norm moralnych i religijnych, od wszelkich tradycji, a także od wszelkich ról czy zobowiązań społecznych. Człowiek kierujący się mentalnością ponowoczesności dąży do absolutnej i jednocześnie łatwej wolności, w której wyłącznie on sam jest kryterium własnego działania. Taki człowiek ucieka od oczywistego faktu, że prawdziwa wolność nie jest owocem buntu wobec rzeczywistości czy negacji

ograniczeń płynących z rzeczywistości, ale owocem wysiłku, pracy nad sobą, dyscypliny, wytrwałości, zdolności do realistycznego myślenia, do współpracy i do wierności wobec podjętych zobowiązań.

W konsekwencji ponowoczesność promuje „wolność” anarchiczną, bezmyślną, destrukcyjną. „Wolność”, która prowadzi do krzywd i konfliktów w życiu osobistym oraz do chaosu i dezorganizacji w życiu społecznym. Jest to głównie „wolność”, która polega na uleganiu popędom i instynktom, na czynieniu tego, co łatwiejsze, a nie tego, co wartościowsze. Jednocześnie jest to „wolność” od logicznego myślenia, od odpowiedzialności i zdrowego rozsądku, od autorytetów i instytucji, od miłości i prawdy. Ostatecznie jest to „wolność”, która polega na iluzji, że można stworzyć społeczeństwo, w którym wszyscy mają prawa, a nikt nie ma obowiązków. W tej perspektywie chrześcijaństwo wydaje się religią zbędnych nakazów i zakazów, nie zaś źródłem cennych drogowskazów. Wydaje się bardziej spisem abstrakcyjnych zasad niż receptą na radosne życie, bardziej tresurą niż wychowaniem. Z kolei łaska Boża wydaje się bardziej zagrożeniem dla autonomii człowieka niż pomocą w dorastaniu do wewnętrznej wolności⁹.

Kolejną istotną cechą społeczeństwa ponowoczesnego jest **sekularyzacja**. Termin ten oznacza, że rzeczywistości, które składają się na życie ludzkie (rodzina, szkoła, praca, ekonomia, polityka, kultura, nauka, sztuka) są traktowane jako coś zupełnie niezależnego od instytucji i norm religijnych. Postulowane jest tu zatem całkowite oddzielenie *sacrum* od *profanum*. W tej perspektywie Bóg nie jest już potrzebny, by ratować ludzi od ignorancji czy poczucia bezradności. Z kolei religijność nie jest traktowana jako klucz do lektury rzeczywistości. Staje się jedynie jednym z wielu równoważnych i nie powiązanych ze sobą segmentów życia, który nie powinien wpływać na inne wymiary ludzkiej egzystencji. Ponowoczesność dąży do pozbawienia religijności jej podstawowego znaczenia, czyli bycia kluczem do rozumienia człowieka i świata oraz kryterium ludzkiego działania. W konsekwencji w społeczeństwie ponowoczesnym obserwujemy silne tendencje do odrywania religijności od codziennego życia, spadek praktyk religijnych, lekceważenie tradycyjnych form przeżywania wiary i kultu, redukcję tradycji religijnych i wypaczenie ich sensu, „prywatyzację” wiary i przekonań religijnych, marginalizację struktur i instytucji religijnych.

Rezultatem wyżej zasygnalizowanych cech ponowoczesności jest **relatywizm i nihilizm**. Relatywizm oznacza, że w społeczeństwie ponowoczesnym dosłownie wszystko jest względne. Nie ma tu żadnych prawd ani wartości stałych, uznawanych przez wszystkich. Kryteria dobra i zła, prawdy i fałszu, zdrowia i choroby, normalności i zaburzeń zależą wyłącznie od obowiązującej

⁹ *Institution – Organisation – Bewegung. Sozialformen der Religion im Wandel*, red. M. Krüggeler, Opladen 1999, s. 30.

w danym momencie „poprawności” politycznej, od „sytuacji” czy od subiektywnych przekonań danej osoby. Z kolei nihilizm oznacza utratę sensu życia, a w konsekwencji utratę kontaktu z Bogiem. Prowadzi to do rosnącej obojętności człowieka we wszystkich aspektach jego życia. Z tego właśnie powodu w społeczeństwie ponowoczesnym promowany jest buddyzm. Jest to bowiem system, w którym drogą do „oświecenia” i „zbawienia” jest stopniowe wycofywanie się z życia i obojętność na wszystko. Nihilizm oznacza, że nic nie jest ważne. Każda rzecz czy każdy sposób życia jest jednakowo sensowny i bezsensowny zarazem. Ma jednakową wartość, a ściślej mówiąc – nie ma żadnej wartości. Nic w życiu człowieka nie jest interesujące, godne przeżycia i wysiłku.

Dla nihilisty przeszłość to jedynie puste wspomnienie, a przyszłość jest czymś, co w ogóle nie ma znaczenia. Pozostaje jedynie terażniejszość rozumiana jako doraźność, w której dąży się do chwilowego choćby „sukcesu” za wszelką cenę. Każda porażka przeżywana jest jako definitywna tragedia, która paraliżuje i prowadzi do jeszcze większej apatii. Nihilista ucieka od odpowiedzialności i refleksji nad swoim życiem. Nie ma żadnych barier w bezlitosnym posługiwaniu się ludźmi i rzeczami dla osiągnięcia własnych celów czy dla zaspokojenia doraźnych dążeń, które i tak nie mają sensu w dłuższej perspektywie. Teraźniejszość jest absolutyzowana i przeżywana na zasadzie *carpe diem*. Wszelkie działanie ma sens jedynie wtedy, gdy przynosi łatwy zysk i to natychmiast. Nihilista nie rozumie sensu poszczególnych przeżyć i dążeń. Życie staje się dla niego przypadkowym zlepkiem wydarzeń, które są jednakowo bezsensowne. W ten sposób nihilizm rodzi cywilizację nonsensu.

Kolejną cechą człowieka ponowoczesnego jest **zawężenie i zniekształcenie pragnień**. Pragnienie można zdefiniować jako skupienie się na jakimś ważnym dążeniu, które uznajemy za cenne i wartościowe. Ponowoczesność programowo zawęża i zniekształca pragnienia, gdyż zawęża i zniekształca wizję człowieka oraz horyzonty ludzkiego życia. Jednocześnie dąży do wytworzenia sztucznych potrzeb, które nie wynikają z potrzeb człowieka, ale służą interesom gospodarki, mody lub polityki. Zawężone czy zaburzone pragnienia prowadzą do uzależnień i nałogów, stąd człowiek ponowoczesny staje się symbolem człowieka zniewolonego i uzależnionego od alkoholu i narkotyków, od pieniędzy i władzy, od popędów i emocjonalnych przeżyć, od telewizji i Internetu, od rzeczy i osób. W konsekwencji człowiek ponowoczesny ma niewielkie pragnienia i aspiracje. Można wręcz nazwać go człowiekiem bez pragnień i aspiracji. Albo człowiekiem z pragnieniami i aspiracjami, które są jedynie fotokopią jego obecnych doznań czy przeżyć.

Inną typową cechą ponowoczesności jest **indyferentyzm religijny**¹⁰. Termin ten oznacza obojętność wobec Boga i religii. Indyferentyzm religijny to

¹⁰ Por. K. Gabriel, *Christentum zwischen Tradition und Postmoderne*, Freiburg 1992, s. 177–192.

przekonanie, że nie ma większej wartości bądź znaczenia to, czy Bóg istnieje, czy też nie. W konsekwencji dla człowieka obojętnego religijnie Bóg „umarł” w tym sensie, że przestał być dla niego podstawową wartością życiową, źródłem prawdy i miłości. Indyferentyzm religijny jest nie tyle bezpośrednim odrzuceniem Boga, ile raczej konsekwencją relatywizmu i nihilizmu. Człowiek, dla którego nic nie jest ważne i który stał się obojętny na wszystko, obojętnie stopniowo także w sferze religijnej. Indyferentyzm religijny może przejawiać się w zupełnej obojętności na przeżycia religijne albo w traktowaniu religii na zasadzie popytu i podaży w odniesieniu do określonych usług czy przeżyć. W tej perspektywie każdy może „stworzyć” sobie własną religię, w dowolny sposób selekcjonując czy łącząc treści i przekonania zaczerpnięte z różnych systemów. Także wtedy, gdy są one wewnętrznie sprzeczne. Człowiek ponowoczesny „wyzwolił się” bowiem z czegoś tak „nienowoczesnego” jak logiczne myślenie. Religia staje się dla takiego człowieka jeszcze jednym z towarów, po który można sięgnąć, gdy akurat mamy taką doraźną potrzebę, albo gdy jakieś okoliczności nas do tego skłaniają. Nawet jednak wtedy brak jest refleksji, rozróżnienia znaczeń i płaszczyzn, prawdziwej wspólnoty z Bogiem i ludźmi.

Skrajna forma indyferentyzmu religijnego polega na zupełnym ignorowaniu Boga. Jeśli już „pozwala” Mu się istnieć, to w postaci nieokreślonego Absolutu, energii życiowej, siły wyższej, ducha nieosobowego, losu czy przeznaczenia. Indyferentyzm religijny nie jest tym samym, co ateizm i bezpośrednie odrzucenie Boga. To raczej obojętność na Boga, która wynika ze zobojętnienia na samego siebie i na własny los. Jest rzeczą logiczną, że Bóg nie interesuje kogoś, dla kogo wszystko jest bez sensu. Bóg interesuje naprawdę tych, którzy pragną zrozumieć własną tajemnicę oraz odkryć sens własnego życia.

Prezentacja cech i tendencji, którymi charakteryzuje się ponowoczesność, umożliwia określenie podstawowych skutków społecznych i antropologicznych tego typu kultury i filozofii życia. Otóż podporządkowanie się zasadom i logice ponowoczesności prowadzi do sytuacji, w której egzystencja poszczególnych ludzi i całych społeczeństw oparta jest na naiwnych iluzjach oraz na groźnych ideologiach, które są wewnętrznie sprzeczne i które prowadzą do dramatycznego kryzysu. Nic zatem dziwnego, że ponowoczesność okazuje się głównym nośnikiem tego wszystkiego, co prowadzi do cywilizacji śmierci. Popatrzmy na kilka konkretnych przykładów w tym względzie.

Z jednej strony ponowoczesność proklamuje, wręcz absolutyzuje wolność oraz równe prawa dla wszystkich ludzi. Z drugiej strony prowadzi do coraz bardziej okrutnych – chociaż zwykle zamaskowanych – form dyskryminacji i nierówności społecznych. Pojawia się coraz większa rozbieżność między niezwykle optymistycznymi sloganami głoszonymi w mediach a nieludzką często rzeczywistością, w której zwierzęta bywają bardziej chronione niż ludzie. Z jednej strony ponowoczesność absolutyzuje ludzki umysł, naukę i postęp techniczny. Z drugiej strony współczesny człowiek w coraz bardziej bolesny sposób

doświadcza negatywnych skutków rozwoju materialnego kosztem dojrzałości duchowej. Nic zatem dziwnego, że w społeczeństwie ponowoczesnym rośnie rozczarowanie i frustracja. Pojawiają się nowe choroby fizyczne oraz nowe zaburzenia psychiczne. Rośnie przemoc i przestępczość. Większość społeczeństwa pozbawiona jest dostępu do podstawowych dóbr i usług.

Na szczęście, również w społeczeństwie ponowoczesnym tkwią pozytywne możliwości. Zwiększa się dostęp do informacji. Poszerzony został zakres wolności i swobód obywatelskich. Większa jest mobilność obywateli oraz ich świadomość swoich praw¹¹. Jednak są to możliwości, które potrafi wykorzystać jedynie człowiek dojrzały. Tymczasem ponowoczesność promuje taką filozofię życia (indywidualizm, relatywizm, subiektywizm, nihilizm, hedonizm, indyferentyzm), która prowadzi do kryzysu człowieka. W konsekwencji człowiek ponowoczesny używa nowych możliwości częściej w negatywny niż pozytywny sposób.

3. Adresat słowa Bożego w społeczeństwie informatycznym

Współczesny adresat nowej ewangelizacji jest dzieckiem swoich czasów. Oznacza to, iż doświadcza on skutków życia w cywilizacji zdominowanej nie tylko kulturą ponowoczesności, ale także wszechobecnością środków społecznego przekazu. Jednym z istotnych przejawów postępu technicznego i dobrobytu materialnego współczesnych społeczeństw jest błyskawiczny rozwój narzędzi komunikacji. Niemal każdy człowiek ma obecnie dostęp do radia, telewizji, prasy, książek, Internetu. Można pokusić się o stwierdzenie, że na naszych oczach dokonuje się przejście od *homo sapiens* do *homo communicans*. Początek trzeciego tysiąclecia już został uznany za wiek komunikacji. Z nieznaną wcześniej szybkością rozwijają się obecnie nowe formy społecznego przekazu informacji. Powszechnym zjawiskiem stała się komunikacja masowa, elektroniczna, audiowizualna, multimedialna.

Obecne zmiany dotyczą jednak czegoś więcej niż tylko postępu technologicznego. Sięgają samych podstaw ludzkiej egzystencji. W poprzednich epokach wymiana informacji była bowiem czymś wtórnym wobec ludzkiego życia, wobec myślenia i działania, wobec wartości i edukacji, wobec fundamentów kultury i moralności. Dzisiaj natomiast komunikacja i informacja wkracza we wszystkie wymiary ludzkiego życia. Staje się wartością samą w sobie. Czasem odciąga wręcz od rzeczywistości, tworząc świat „rzeczywistości” wirtualnej. Nierzadko odciąga też od wartości, promując świat pustki aksjologicznej

¹¹ Por. M. C. Carnicella, *Comunicazione ed evangelizzazione*, dz. cyt., s. 43.

i moralnej¹². W tej sytuacji nie dziwi fakt, że rozwój środków społecznego przekazu wyciska silne piętno na wszystkich dziedzinach ludzkiego życia i staje się jednym z istotnych wyznaczników kultury naszych czasów. To właśnie z tego powodu społeczeństwa dysponujące nowymi technologiami, zwane są społeczeństwami informatycznymi.

Jedną z podstawowych cech społeczeństwa informatycznego jest przejście od ekonomii opartej na sprzedaży dóbr materialnych do gospodarki opartej na oferowaniu dóbr kultury. Wiąże się to z faktem, że produkcja i sprzedaż dóbr materialnych ma swoje granice (ograniczony dostęp do surowców, nasylenie rynku). Co więcej, wysoko rozwinięte społeczeństwa przeżywają wyraźne oznaki kryzysu ekonomicznego (rosnący dług publiczny, bezrobocie, kryzys służby zdrowia, spadek poziomu życia obywateli). Z tego właśnie powodu odnotowujemy charakterystyczną obecnie zmianę ideologii. Politycy i „politycznie” poprawne autorytety społeczne coraz mniej mówią o obietnicy dobrobytu materialnego, a coraz częściej zachęcają obywateli do szukania „osobistej samorealizacji”. Jest to strategia, która ma doprowadzić do odwrócenia uwagi społeczeństwa od pogarszającej się sytuacji materialnej oraz od rosnących lęków o przyszłość.

Tam, gdzie dane społeczeństwo ma poważne trudności, by zaoferować swoim obywatelom pracę, odpowiedni poziom szkolnictwa, służby zdrowia czy bezpieczeństwa socjalnego, tam stara się oferować nowy rodzaj dóbr rynkowych, jakim stała się obecnie informacja. W tej dziedzinie nie zabraknie przecież nigdy „surowca”. Wydarzeń, o których można informować – zwłaszcza tych błahych i trzeciorzędnych – będzie przecież zawsze bez liku. Pojawiają się jednak bardzo negatywne konsekwencje faktu, że informacja jest obecnie traktowana jak zwykły towar, który można sprzedać, na którym można zarobić i którym można zagłuszyć inne potrzeby człowieka. W tej bowiem sytuacji głównym kryterium dla producentów informacji i treści zamieszczanych w mediach nie jest waga danych spraw bądź ich aspekt wychowawczy, ale możliwość zbytu. Przygotowuje się zatem takie serwisy informacyjne i tworzy takie filmy, czasopisma, książki czy wytwory kultury, które najłatwiej jest sprzedać. Nawet wtedy, gdy zawierają one treści banalne, promujące przemoc lub szkodliwe wzorce postępowania.

Inną negatywną konsekwencją traktowania informacji jako towaru przeznaczonego na sprzedaż jest absolutyzacja oraz ideologizacja wolności słowa. W społeczeństwie informatycznym można mówić dosłownie o wszystkim oraz pokazywać dosłownie wszystko. Pod warunkiem jednak, że przekazywane treści oraz obrazy są „poprawne” politycznie. Z tego właśnie powodu nie ma takiej samej wolności słowa dla informacji o dobru, szlachetności czy ideałach, jak dla informacji o przemocy, przestępczości czy wyuzdaniu.

¹² Por. A. Joos, *Messaggio cristiano e comunicazione oggi*, Negrar 1989, s. 29.

Za ideologią absolutnej wolności słowa kryje się bezwzględne podporządkowanie środków społecznego przekazu określonym instytucjom, partiom politycznym i sponsorom.

W społeczeństwie informatycznym środki społecznego przekazu stały się nie tylko towarem, na którym można łatwo zarobić, ale jednocześnie podstawowym narzędziem walki o władzę oraz skutecznym sposobem kontrolowania społeczeństwa. Władza polityczna i społeczna zależy obecnie bardziej od dysponowania informacjami niż surowcami¹³. Wygranie wyborów parlamentarnych coraz mniej zależy od rzeczywistych kompetencji czy od uczciwości danej osoby czy partii, a coraz bardziej wynika z umiejętności prezentowania się w mediach. Sukces należy zwykle do tych, którzy kuszą odbiorcę miłymi iluzjami, a nie do tych, którzy realistycznie myślą i promują rzeczywiste wartości. Środki społecznego przekazu nie produkują wprawdzie rzeczy, ale wytwarzają coś niezwykle skutecznego dla tych, którzy są zainteresowani zdobyciem i utrzymaniem władzy. Wpływają bowiem w zasadniczy sposób na opinię publiczną, na dominujący system przekonań, na sposób rozumienia człowieka i świata, a także na sposób interpretowania bieżących wydarzeń. Media podsuwają określone bodźce, obrazy, zainteresowania. Promują określone postaci, autorytety, postawy. Naświetlają jedne aspekty życia, a skrzętnie pomijają milczeniem inne.

Z wyżej wyliczonych powodów sprawowanie nadzoru nad środkami społecznego przekazu to niezwykle skuteczna władza, która w decydujący zwykle sposób wpływa na preferencje polityczne obywateli, tworzy system modnych potrzeb, narzuca „poprawność” dotyczącą obyczajów, wartości i norm moralnych. Media powielają określone wzorce zachowań. Przyzwyczajają odbiorcę do określonych sposobów myślenia, przeżywania i działania. Dla wielu ludzi media stają się nową formą narkotyku, który uzależnia człowieka i odrywa go od prawdziwego życia¹⁴.

Jednym z problematycznych aspektów społeczeństwa informatycznego jest przemożny wpływ reklamy na wszystkie dziedziny ludzkiej egzystencji. Reklamy nie ograniczają się już tylko do promowania określonych towarów (reklama ekonomiczna), ale także do promowania określonych postaw i norm postępowania (reklama obyczajowa) oraz do wspierania określonych grup społecznych (reklama polityczna). Współczesna reklama jest do tego stopnia wyrafinowana, a nawet przewrotna, że „opakowanie” i skojarzenia powiązane z reklamowanym produktem stają się ważniejsze niż sam produkt. W konsekwencji odbiorca skłania się do kupna jakiegoś towaru ze względu na

¹³ Por. P. Babin, *La catechesi nell'era della comunicazione*, Torino 1989, s. 14–15.

¹⁴ Na temat uzależnień od mediów i sposobów pomagania uzależnionym zob. M. Dziewiecki, *Miłość przemienia. Przewycięzanie trudności w małżeństwie i rodzinie*, Częstochowa 2002, s. 72n.

sugestywność reklamy, a nie ze względu na jakość czy wartość danej rzeczy. Coraz częściej tego typu sugestywna reklama adresowana jest do dzieci, czyli do odbiorcy najmniej krytycznego i najmniej umiejącego się bronić przed magią tego środka komunikacji. Z tego względu w wielu krajach prawo wręcz zabrania emitowania reklam skierowanych wprost do dzieci.

Kolejny problematyczny aspekt społeczeństwa informatycznego to zupełny brak proporcji między bogactwem istniejących środków komunikacji a ubóstwem czy wręcz prymitywizmem przekazywanej za ich pośrednictwem treści. Najbardziej popularne media pozostają zwykle narzędziem „niskiej” kultury, a nawet cywilizacji śmierci, gdyż promują postawy typowe dla ponowoczesności (egoizm, subiektywizm, relatywizm, hedonizm, nihilizm, indyferentyzm). Symptomatycznym zjawiskiem jest fakt, że w odniesieniu do świata rzeczy media promują zwykle myślenie logiczne, ukazują fakty i dane statystyczne. Tymczasem w odniesieniu do człowieka laickie środki przekazu w coraz bardziej otwarty sposób promują absurdalne ideologie, naiwne mity, a także przesady, zabobony, horoskopy. W odniesieniu do świata rzeczy społeczeństwo informatyczne opiera się zatem głównie na gospodarowaniu zasobami wiedzy, podczas gdy w odniesieniu do świata osób bazuje przede wszystkim na szafowaniu iluzjami, fikcjami oraz ideologiami. Doszło do tego, że Internet, który jest symbolem błyskawicznego porozumiewania się w skali całego globu, staje się jednocześnie symbolem największego i najbardziej toksycznego śmietnika świata od strony znajdujących się tam treści.

4. Adresat słowa Bożego w kulturze ikonicznej

Gwałtownemu rozwojowi środków komunikacji masowej towarzyszy obecnie dominacja nowego typu języka i formy w przekazie informacji. Od starożytności aż do naszych czasów dominowała komunikacja oparta na słowie pisanim i mówionym. Obecnie obserwujemy gwałtowne przejście od języka werbalnego do języka ikonicznego, opartego nie na słowie, lecz na obrazie¹⁵. W konsekwencji współczesny człowiek jest zmuszony do przejścia od wyobraźni werbalnej, opartej na słowie, do wyobraźni ikonicznej, opartej na obrazie. Zjawisko to ma poważne konsekwencje antropologiczne, gdyż między tymi dwoma rodzajami komunikacji istnieje ogromna różnica, która w znacznej mierze wpływa na człowieka oraz na jego sposób postrzegania i przeżywania siebie i świata.

Wyobraźnia werbalna opiera się na fantazji i kreatywności człowieka, na jego możliwościach analizy i syntezy, na zdolności do opracowania intelektual-

¹⁵ Por. M. C. Carnicella, *Comunicazione ed evangelizzazione*, dz. cyt., s. 28–33.

nego obrazu rzeczywistości, która jest wcześniejsza od samego obrazu i która pozostaje niezależna od naszego sposobu postrzegania tejże rzeczywistości. Człowiek posługujący się głównie komunikacją werbalną jest świadomy, że w swojej wyobraźni usiłuje on „reprodukować”, odtwarzać określoną rzeczywistość, którą nazywa i która prowokuje jego wyobraźnię do subiektywnej interpretacji. Przykładem może tu być praca naszej wyobraźni wtedy, gdy ktoś opisuje nam za pomocą słów jakąś rzecz, osobę czy doświadczenie. Za każdym razem pozostaje wtedy jakaś luka, jakiś rozdźwięk między danym obiektem, naszym wyobrażeniem o tym obiekcie oraz naszym sposobem komunikowania naszego wyobrażenia innym ludziom. Ten rozdźwięk pobudza zdolność interpretowania oraz wyobraźnię odbiorcy naszej komunikacji. Wyobraźnia werbalna związana jest zatem z przekazem treści głównie za pomocą słowa oraz w oparciu o zasady narzucone przez strukturę logiczną i gramatyczną języka mówionego czy pisanego.

Tymczasem obecnie zaczyna zdecydowanie dominować komunikacja oparta na transmisji obrazów, a nie słów. W tej perspektywie rzeczywistość zostaje uchwycona i przekazana w tych wymiarach, które są związane z odczuciami i wrażeniami danego człowieka. Jest on wtedy przekonany, że dotyka autentycznych wydarzeń czy zjawisk, a nie jedynie ich substytutu w postaci intelektualnej wyobraźni pobudzanej za pomocą słów. Właśnie z tego powodu środki komunikacji społecznej mają tak silny wpływ na współczesnego odbiorcę. Ma on bowiem wrażenie, że media umożliwiają mu bezpośredni kontakt z życiem. Z ich pomocą odbiorca postrzega świat za pośrednictwem konkretnych obrazów, a nie abstrakcyjnych procesów intelektualnych, które wymagają znacznie większego skupienia i znacznie większego wysiłku intelektualnego.

Istnieje zasadnicza różnica między przekazem werbalnym a przekazem obrazowym, ikonicznym. Rodzaj dominującego w danym społeczeństwie nośnika komunikacji nie jest kwestią przypadku ani czymś neutralnym wobec człowieka. Używany język jest bowiem odbiciem sposobu, w jaki żyje dany człowiek, a także wyrazem jego funkcjonowania w wymiarze psychicznym i społecznym. Ponadto używany przez człowieka język w zasadniczy sposób wpływa na swego twórcę. Promuje przecież określone cechy i zdolności kosztem innych cech i zdolności. Uczy określonego typu postrzegania faktów i wydarzeń, a także określa relację między poznaniem intelektualnym a poznaniem emocjonalnym.

Język werbalny i język ikoniczny różnią się między sobą co do struktury i techniki przekazu, a także co do wewnętrznej logiki oraz sposobów oddziaływania na odbiorcę. Po pierwsze, słowo jest kwestią umowy. Słowo pisane jest sztucznym wytworem człowieka. Natomiast obraz jest czymś naturalnym, a przez to czymś uniwersalnym w odbiorze. Dane słowo potrafią zrozumieć wyłącznie ci ludzie, którzy rozumieją określony język i którzy potrafią czytać. W przeciwnym przypadku słowo to nie niesie żadnej treści. Kto nie zna języka

polskiego, temu nic nie mówi słowo „dom”. Zupełnie inna jest sytuacja, gdy ktoś patrzy na plakat, na którym namalowany jest jakiś dom. Nawet cudzoziemiec czy analfabeta rozumie w sposób spontaniczny i bez wysiłku to, czego dotyczy ów plakat. Za pomocą języka werbalnego najłatwiej jest wyrazić treści uniwersalne. Aby przekazać informację tego typu, wystarczy zwykle posłużyć się jednym słowem (np. *dom*). Gdy chcemy natomiast poinformować odbiorcę o jakimś konkretnym mieszkaniu, musimy użyć wielu innych słów. Tymczasem logika języka ikonicznego jest dokładnie odwrotna. W tym przypadku musimy mnożyć określonego typu obrazy, aby wyrazić coś abstrakcyjnego (np. dom w ogólności). Natomiast wystarczy pojedynczy obraz, by przekazać odbiorcy informację, iż chodzi nam o jakąś konkretną rzecz czy osobę. Język werbalny ułatwia zatem uchwycenie istoty rzeczy, podczas gdy język ikoniczny interesuje się głównie tym, co powierzchowne, odnoszące się do zewnętrznego wyglądu, a nie do wewnętrznej natury. Badania socjologiczne w Niemczech związane z kampanią przedwyborczą do Bundestagu w 2002 roku wykazały, że tylko w 7% opinia odbiorców zależała od merytorycznej oceny polityków, wypowiadających się w telewizji. Reszta oceny wynikała z osądu aspektów pozawerbalnych, głównie sposobu prezentowania się i wysławiania danego polityka.

Posługując się językiem werbalnym, używamy elementów już istniejących i stosujemy je według wcześniej ustalonych zasad gramatycznych. Natomiast posługując się językiem ikonicznym, nie odwołujemy się do elementów istniejących wcześniej. Za każdym razem tworzymy coś niepowtarzalnego, rejestrując jakiś aspekt rzeczywistości materialnej w jej nieskończonej ilości przejawów. Następnie możemy dokonać dalszej obróbki i montażu danego obrazu według przyjętych przez nas założeń i celów (np. chcemy wykonać określony rodzaj fotografii rodzinnej w określonym celu).

Kolejna istotna różnica między językiem werbalnym a językiem ikonicznym odnosi się do czasu i przestrzeni. Za pomocą języka werbalnego można precyzyjnie umiejscowić daną treść w konkretnym czasie. Umożliwia to koniugacja czasowników i inne części mowy. Zwykle wystarczy po prostu podać datę danego wydarzenia. Tymczasem język ikoniczny zna jedynie czas teraźniejszy. Nawet stare fotografie czy obrazy przedstawiające przeszłość są przeżywane przez odbiorcę jako teraźniejszość. Gdy chodzi z kolei o przestrzeń, to język werbalny jest niemal zupełnie pozbawiony wymiaru przestrzennego. Dla przykładu, słowo „dom” nie zawiera w sobie żadnych wskazań co do konkretnego miejsca, w którym ów dom się znajduje. Odwrotna sytuacja ma miejsce wtedy, gdy posługujemy się językiem ikonicznym. Jest on zredukowany w wymiarze czasowym, przedstawia natomiast daną rzeczywistość w jej specyficznym umiejscowieniu przestrzennym (np. konkretny dom w konkretnym pejzażu).

Istotna różnica między językiem słowa a językiem obrazu dotyczy wyrażania stopnia pewności w odniesieniu do danej treści. W tym względzie język

werbalny może przekazać treści zdecydowanie bardziej złożone i skomplikowane. Za pomocą słów możemy bowiem wypowiadać twierdzenia, przeczenia, wątpliwości, pytania, hipotezy, przypuszczenia warunkowe, powiązania przyczynowo-skutkowe. Natomiast językiem ikonycznym możemy wyrażać głównie twierdzenia. Język ten pozostawia niewiele miejsca na niuanse, wątpliwości, założenia czy pytania.

Język werbalny odsyła nas do idei i pojęć, a tylko pośrednio do świata odczuć i emocji. Język ikoniczny działa dokładnie odwrotnie. Wprowadza nas bezpośrednio w świat przeżyć i nastrojów, a jedynie pośrednio odsyła nas do określonych idei czy pojęć. Słyszac słowo „przyjaciół”, jesteśmy najpierw pobudzani do refleksji intelektualnej, aby „rozszyfrować” znaczenia tego słowa. Dopiero na skutek uświadomienia sobie treści tego pojęcia, może pojawić się w nas poruszenie emocjonalne (np. radość czy tęsknota za kimś bliskim). Tymczasem fotografia pokazująca jakiegoś przyjaciela przemawia bezpośrednio do naszego serca i doświadczenia. W obliczu obrazu potrzebujemy zwykle dodatkowych bodźców, by zaistniał proces refleksji intelektualnej. Słowa głównie zastanawiają, podczas gdy obrazy przede wszystkim poruszają.

Język werbalny może ukazać powiązania logiczne oraz związki przyczynowe i skutkowe między wydarzeniami, osobami, procesami. Natomiast obraz komunikuje jedynie związki przestrzenne między elementami. Odbiorca musi odwołać się do swoich zdolności intelektualnych oraz do swojej wyobraźni logicznej, aby odkryć i uchwycić powiązania i zależności między poszczególnymi obrazami czy elementami obrazu. Logika języka werbalnego wymaga respektowania określonej sekwencji elementów bądź zdarzeń. Konieczne jest zachowanie właściwej kolejności w prezentowanych treściach lub argumentach. Nie można „przeskakiwać” określonych elementów, jeśli chce się przedstawić czy odkryć ich znaczenie. Ostateczny sens przekazu można zrozumieć dopiero po wysłuchaniu całego procesu komunikacji. Natomiast logika języka ikonycznego jest intuicyjna. Często wymaga ona uchwycenia całości przesłania w oparciu o dany obraz, kolor lub kształt. W obliczu komunikacji ikonicznej odbiorca skupia się na tym, co centralne (figura). Dopiero w drugiej fazie może dostrzec pozostałe elementy danego obrazu (tło).

Za pomocą słów staramy się precyzować i przekonywać. Natomiast obrazy poruszają nas i coś sugerują. Słowa przekonują za pomocą powiązań logicznych i przytoczonych faktów – obraz „uwodzi” pięknem, barwą, niepowtarzalnością, klimatem. Słowa stymulują wyobraźnię, a obraz jest produktem gotowym i wymaga jedynie biernego „zarejestrowania” w świadomości. Jeśli nawet prowokuje naszą fantazję, to zwykle jedynie w bardzo konkretnym kierunku. Obraz nie zmusza do wyobraźni twórczej. W konsekwencji język ikonyczny tworzy ludzi o podobnej wyobraźni, którzy działają niemal na zasadzie „fotokopiarki”. Stąd zwłaszcza wśród młodzieży obserwujemy obecnie tak duże podobieństwo gustów, stylów mody czy zewnętrznych zachowań.

Język werbalny rozwija zdolność syntezy. Pomaga uchwycić istotę rzeczy, zrozumieć ostateczny sens danego zjawiska. Absolutyzowanie komunikacji słownej może jednak doprowadzić do utraty kontaktu ze światem konkretnym, do przeintelektualizowania i dogmatyzmu. Z kolei język ikoniczny ułatwia koncentrację na szczegółach i konkretach. Uczy analizy. Prowokuje do rozwijania intuicji. Absolutyzowanie komunikacji ikonicznej może z kolei doprowadzić do relatywizmu, do selekcyjonowania i „kawałkowania” rzeczywistości, a nawet do utraty równowagi emocjonalnej.

Obserwowana obecnie dominacja języka ikonicznego prowadzi do wytworzenia nowego społeczeństwa i nowego człowieka. Nie chodzi tu jedynie o nowy sposób wypowiadania się i komunikowania, ale też o nowy, wyraźnie inny sposób interpretowania rzeczywistości, a także o nowy sposób odnoszenia się człowieka do samego siebie i otaczającego go świata. Uprzywilejowanie określonego typu języka czy form wypowiedzi (słowo mówione, twórczość pisana, obraz, rysunek, muzyka, taniec) nie jest nigdy zjawiskiem przypadkowym, gdyż wynika z dominacji określonego typu kultury, określonej koncepcji rzeczywistości, jak również z promowanej wizji człowieka i więzi społecznych. Dostrzeganie tego faktu nie oznacza dokonywania ocen czy opowiadania się po stronie jakiejś konkretnej formy komunikacji. Umożliwia natomiast krytyczne rozumienie odbiorcy danego przekazu i jego sytuacji kulturowej.

Szczegółowa ocena poszczególnych form komunikacji międzyludzkiej jest oczywiście możliwa, a czasem wręcz konieczna. Nie powinna być ona jednak dokonywana w abstrakcji czy ze względu na czyjeś teoretyczne preferencje, lecz w odniesieniu do szczegółowych celów i konkretnego kontekstu danej formy przekazu. Ideałem jest zachowanie właściwych proporcji między różnymi rodzajami narzędzi i metod komunikacji oraz dokonanie harmonijnej syntezy w tym względzie¹⁶. Problemy w porozumiewaniu pojawiają się wtedy, gdy brakuje takiej proporcji lub gdy nie rozumiemy logiki, struktury czy skutków danej formy wypowiedzi. Niezwykle ważna jest zatem świadomość, iż promując określony typ języka i form komunikacji międzyludzkiej, automatycznie promujemy specyficzny sposób bycia człowiekiem, a także specyficzny sposób myślenia, przeżywania, wartościowania, odnoszenia się do siebie i innych. Język i metody porozumiewania wpływają na nas zwykle w stopniu o wiele większym niż sądzimy. One kształtują nas do tego stopnia, że wyraźnie wpływają na sposób przeżywania i wyrażania naszego człowieczeństwa. Płyne stąd oczywisty wniosek, iż skuteczne porozumiewanie się z daną osobą czy grupą społeczną wymaga znajomości i rozumienia języka i form komunikacji, na jakie jest wrażliwy i otwarty dany słuchacz lub grupa słuchaczy. Gdy używamy takich form

¹⁶ Por. W. Engemann, *Personen und Zeichen im Prozess der Kommunikation des Evangeliums*, w: *Praktische Theologie der Gegenwart in Selbstdarstellungen*, red. G. Lämmlein, Tübingen 2001, s. 389–406.

przekazu, które są nam osobiście znane i bliskie, ale które są obce odbiorcy, wtedy skazujemy się na bariery komunikacyjne i nieporozumienia. Owe bariery i nieporozumienia okazują się tym większe, im ważniejsze są treści, które komunikujemy. Wynika stąd oczywisty wniosek, że skuteczne przekazywanie prawd wiary w każdej epoce wymaga od świadków Ewangelii pogłębionych kompetencji w zakresie komunikacji międzyludzkiej.

5. Człowiek społeczeństwa informatycznego

Pod wpływem nowych środków i form społecznego przekazu kształtuje się nowy rodzaj człowieka. Jednym ze skutków społeczeństwa informatycznego jest życie w „globalnej wiosce”, w której wszyscy wiedzą niemal wszystko o bliższych i dalszych sąsiadach. Drugi skutek to możliwość szybkiego i łatwego komunikowania się z coraz odleglejszymi zakątkami świata. W konsekwencji na naszych oczach tworzy się nowy typ człowieka, jakby nowa „rasa” ludzi o specyficznej wrażliwości, o specyficznej formie wypowiedzania siebie i odnoszenia się do innych, o nowym sposobie rozumienia siebie i świata, o nowej strukturze myślenia, o innym podejściu do życia, aktywności i współpracy¹⁷.

Za wcześnie jeszcze na ostateczne oceny i syntezy sygnalizowanych tutaj przemian psychicznych i społecznych, ale już teraz możemy określić pewne specyficzne cechy człowieka będącego owocem rewolucji w zakresie technik i treści komunikacji międzyludzkiej. Współczesny człowiek jest zwykle bardziej ikoniczny niż logiczny, bardziej wrażliwy emocjonalnie niż intelektualnie, bardziej intuicyjny niż krytycznie analizujący, bardziej uwrażliwiony na chwilowe odczucia niż na zjawiska dokonujące się w dłuższej perspektywie czasowej. Jest to także człowiek bardziej poddany informatyzacji niż komunikacji. Oznacza to, że zwraca on większą uwagę na formę przekazu niż na komunikowaną treść¹⁸.

Z powyższych analiz wynika, że życie w społeczeństwie informatycznym, w którym informacja stała się podstawowym towarem na sprzedaż i w którym forma jest ważniejsza niż treść komunikacji, faktycznie modyfikuje nasz sposób bycia i funkcjonowania. W minionych epokach człowiek funkcjonował głównie w oparciu o to, kim był oraz jakimi cechami, zdolnościami czy umiejętnościami dysponował. Jego sytuacja zależała przede wszystkim od tego, co osiągnął w pracy nad sobą. On i jego najbliższe otoczenie odgrywało zwykle decydującą rolę w wychowaniu, w procesie identyfikacji i socjalizacji, w wyborze filo-

¹⁷ Por. R. Zagnoli, *Proliferazione dei linguaggi: comunicazione o Babele?*, „Via, Verità e Vita”, nr 129 (1990), s. 6.

¹⁸ Por. N. Alcover Ibanez, *Los medios de comunicación social*, w: *Introducción a los medios de comunicación*, Madrid 1990, s. 80.

zofii i drogi życia. Dzisiaj w wielkim stopniu wpływają na danego człowieka informacje, które do niego docierają, czy którymi jest wręcz „bombardowany” (telewizja, radio, Internet, prasa). Te informacje modelują jego sposób myślenia, decydowania i działania. Dzięki programom telewizyjnym, filmom wideo bądź czasopismom nawet człowiek żyjący gdzieś na odludziu ma możliwość podobnie zachowywać się, ubierać i rozumować, jak ktoś żyjący w wielkiej metropolii. Wcześniej nie było to po prostu możliwe i dlatego życie ludzi w poszczególnych krajach czy rejonach było w znacznie większym stopniu zróżnicowanie niż obecnie. Współczesny człowiek ma możliwość niemal bezpośredniego uczestniczenia w życiu ważnych postaci oraz w najważniejszych wydarzeniach w skali świata. Prowadzi to jednak do swego rodzaju „klonowania” ludzi o podobnym stylu myślenia, przeżywania i funkcjonowania. Coraz częściej to nie dany człowiek otwiera się na świat, by „ekspłodować” na zewnątrz, lecz to raczej świat wdzierza się do człowieka i w nim „imploduje”.

Człowiek współczesny ma zatem szansę, by aktywniej uczestniczyć w sprawach świata oraz by podjąć współodpowiedzialność za to, co dzieje się na naszym globie. Jednocześnie podlega nieznanym wcześniej pokusom i zagrożeniom. Może przecież w kilka dni i bez większych zasług stać się powszechnie znanym „bohaterem”. Wystarczy, że wystąpi w jakiejś audycji telewizyjnej, albo zostanie pokazany w serwisach informacyjnych jako uczestnik bijatyki na stadionie. Taki człowiek łatwo może ulec pokusie życia w świecie iluzorycznej kariery czy pozornego sukcesu. Drugie zagrożenie płynie z nadmiaru informacji, która dociera do współczesnego odbiorcy. Powoduje to u niego trudności w rozumieniu odbieranych treści oraz w ich uporządkowaniu i syntetyzowaniu. Prowadzi ponadto do stopniowej utraty wrażliwości na zło, cierpienie i śmierć. Trudno przecież zachować wrażliwość psychiczną i moralną wtedy, gdy dany człowiek setny czy tysięczny raz widzi obrazy ukazujące przemoc, nędzę, nienawiść, gwałt, zabójstwo lub cynizm. W tej sytuacji człowiek może przyzwyczaić się dosłownie do wszystkiego. Może też zupełnie pomieszać poziomy rzeczywistości jak owo dziecko, które wyskoczyło z okna, gdyż było przekonane, że jest w stanie naśladować zachowania bohaterów oglądanego właśnie filmu rysunkowego. Współczesny człowiek coraz częściej reaguje na rzeczywistość tak, jakby to był film, a w innych z kolei sytuacjach przeżywa filmy czy inne obrazy tak, jakby to była „najprawdziwsza” rzeczywistość.

Kolejnym zagrożeniem w obliczu społeczeństwa informatycznego jest tendencja do zamykania się danego człowieka w swoim małym świecie po to, by „ratować” własną tożsamość, wrażliwość moralną oraz własny sposób rozumienia człowieka i świata. Inne jeszcze zagrożenie polega na szukaniu czy przyjmowaniu informacji na zasadzie czystej ciekawości, czyli jako materiału do plotkarstwa i banalnych „dyskusji”. Zagrożeniem jest także poddawanie się zupełnej bierności w odbiorze docierających do nas informacji, bez podjęcia wysiłku potrzebnego do ich racjonalnej, krytycznej oceny, do rozumnego

hierarchizowania znaczeń czy wagi poszczególnych wydarzeń. Prowadzi to do klasyfikowania informacji i wydarzeń bardziej w oparciu o ich widowiskowość niż w oparciu o ich merytoryczne znaczenie.

Kolejne niepokojące zjawisko to przewaga informacji o świecie zewnętrznym nad informacją o człowieku, przewaga informacji negatywnej nad pozytywną, przewaga opinii nad faktami. Prowadzi to do sytuacji, w której współczesny człowiek coraz lepiej rozumie otaczający go świat i prawa przyrody, a coraz mniej rozumie samego siebie i prawa rządzące ludzkim życiem. Dochodzi do tego, że współczesny człowiek nie potrafi lub nie chce logicznie myśleć o sobie i wyciągać wnioski z informacji, którymi dysponuje. Z tego właśnie względu staje się możliwa zupełnie absurdalna sytuacja, którą obecnie obserwujemy. Otóż najbardziej popularne środki społecznego przekazu promują styl życia, który prowadzi człowieka do kryzysu, zdrad, przemocy, uzależnień, zaburzeń psychicznych, dramatycznego cierpienia i rozpacz. Mimo to te same media informują z „bólem” czy „oburzeniem”, że w rzeczywistym świecie coraz więcej jest tego typu tragicznych wydarzeń. Oczywiście po serwisie informacyjnym media te znowu „bombardują” odbiorcę przemocą, wyuzdaniem czy okrutnymi ideologiami. W obliczu bierności i naiwności odbiorców tego typu środki przekazu potrafią przekonywać, że ludzkie dramaty, o których informują i które prowokują (!), mają miejsce wyłącznie z drugiej strony ekranu, podczas gdy słuchacz czy telewidz może żyć spokojnie w swoim świecie pokoju, miłości i bezpieczeństwa.

Warto zasygnalizować jeszcze kilka innych negatywnych zjawisk związanych z życiem w społeczeństwie informatycznym. Jednym z nich jest zaburzona postawa w odniesieniu do aktywności i zaangażowania. W minionych epokach człowiek funkcjonował głównie w oparciu o bezpośrednie doświadczenie i osobisty kontakt z rzeczywistością. Obecnie modny staje się styl życia „kibica”, czyli dominacja doświadczenia pośredniego i przeżywanie własnej egzystencji za pomocą czy za pośrednictwem mediów. Dla wielu współczesnych ludzi żyć i być aktywnym znaczy... oglądać program telewizyjny, który pokazuje życie i aktywność innych ludzi.

W erze masowej komunikacji zanika rozróżnienie między przeszłością, terażniejszością i przyszłością. Wszystko zostaje spłaszczone i zawężone do terażniejszości. W poprzednich epokach człowiek mógł znacznie łatwiej poruszać się psychicznie we wszystkich wymiarach czasu. W obliczu określonych problemów w terażniejszości mógł sięgnąć po wspomnienia i doświadczenia z przeszłości. Mógł także wziąć pod uwagę swoje nadzieje czy potrzeby związane z przyszłością. Przeszłość była symbolem stabilności, doświadczenia i poczucia pewności potrzebnego tu i teraz. Z kolei przyszłość nadawała sens obecnym wysiłkom bądź zmaganiom. Tymczasem współczesne środki przekazu ukazują zwykle ludzkie życie w sposób odizolowany od przeszłości i przyszłości. Niemal wszystko ukazywane jest jako chwilowe, względne, doraźne,

mające sens jedynie tu i teraz. Media zachęcają do przesadnej koncentracji na teraźniejszości. Przyszłość wydaje się wtedy czymś tajemniczym. Czymś, co nie ma żadnego związku z teraźniejszością i co trudno przewidzieć. W tej sytuacji wielu ludzi próbuje „odgadnąć” przyszłość, szukając „pomocy” horoskopów, magów i innych „jasnowidzów”.

Postrzeganie siebie i świata, promowane przez dominujące media, realizuje się na zasadzie: „popatrz i pomieszaj wszystko”: informację, reklamę, piosenkę, polemikę, katastrofę, anegdotę, plotkę. Człowiek, który przez większą część życia pobieżnie przegląda oraz bez zastanowienia miesza informacje i wydarzenia, traci stopniowo zdolność logicznego myślenia, konfrontowania informacji z rzeczywistością, obrony najbardziej nawet oczywistych wartości i norm moralnych. Liczy się wtedy nie racja, lecz „opinia” publiczna, nie fakt, tylko komentarz, nie zdrowy rozsądek, tylko polityczna „poprawność”. Odbiorca pozbawia się własnych wartości i przekonań, własnego sensu życia i własnego spojrzenia na rzeczywistość. Staje się biernym odbiciem mediów, którym oddał władzę nad sobą i od których się uzależnił. W konsekwencji czuje się zagrożony, gdy zostaje w ciszy, sam na sam ze sobą, z własną sytuacją życiową, z prawdą o własnym postępowaniu. Musi wtedy coś zrobić, by wyrwać się z osobistego życia i by znowu uciec w hałas informacji. Włącza telewizor (czasem w ogóle już go nie wyłącza), słucha muzyki, surfuje w Internecie, wysyła setny już tego dnia SMS. Czuje się „bezpiecznie” jedynie w tłumie innych, podobnie funkcjonujących ludzi. Ucieka od siebie i od tych informacji, które płyną z jego wnętrza.

W tej sytuacji bierne naśladowanie i rytuały stają się głównym sposobem przynależności do danej grupy społecznej. Kontakt z mediami i doraźna rozrywka stają się sposobem na ucieczkę od własnej rzeczywistości, magia i irracjonalizm – metodą na „przewycięzenie” lęków i niepewności. Wolność traktowana jest jako bezkrytyczne powielanie medialnych mitów, które w swojej irracjonalności traktują fakty i podstawowe prawdy o człowieku jako coś irracjonalnego.

Dominacja tego typu kultury medialnej powoduje istotne przemiany w postawie współczesnego człowieka nie tylko w odniesieniu do samego siebie, ale także w odniesieniu do innych osób. Codziennie widzimy tłumy ludzi (na ulicy, w pociągu, na dyskotecę, w hipermarkecie), których prawdopodobnie nie spotkamy już nigdy po raz drugi. Tymczasem rzadko kontaktujemy się z przyjaciółmi, a nawet z najbliższymi osobami w gronie rodzinnym. Za pomocą mediów odnosimy wrażenie, że mamy „kontakt” ze wszystkimi mieszkańcami ziemi, a tymczasem w rzeczywistości stajemy się coraz bardziej samotni i niezdolni do pogłębionych spotkań z samym sobą i z drugim człowiekiem¹⁹.

¹⁹ Por. P. Babin, M. McLuhan, *Uomo nuovo, cristiano nuovo nell'era elettronica*, Roma 1997.

6. Kościół i komunikacja, czyli jak ewangelizować współczesnego człowieka

Nietrudno dostrzec zagrożenia i przejawy kryzysu człowieka, który żyje w społeczeństwie opartym na kulturze ponowoczesności, na błyskawicznej ekspansji mediów oraz na dominacji języka ikonicznego nad pozostałymi formami komunikacji. W tej sytuacji reakcja wyznawców Chrystusa nie powinna polegać na buncie i krytykowaniu wszystkiego albo na popadaniu w zniechęcenie, rezygnację czy poczucie bezradności. Przeciwnie – świadomość, że żyjemy w czasach kryzysu człowieka, wartości i więzi, jest potwierdzeniem, iż misja głoszenia Ewangelii nic nie straciła na swojej aktualności. Codziennie przekonujemy się przecież na nowo, że również w XXI wieku nie zbawi nas ani nauka, ani technika, ani tolerancja, ani demokracja, ani dobrobyt materialny, ani alkohol czy narkotyk, ani nic i nikt poza Chrystusem.

Chrześcijanin nie jest powołany do tego, by zatrzymać czas lub by wrócić do przeszłości. Przeciwnie, jest powołany do tego, by mieć realistyczny kontakt z obecną rzeczywistością. Chrystus powołuje nas przecież do tego, aby przemieniać oblicze tej ziemi, a nie, by uciekać z tego świata lub by obrażać się na realia, w których przyszło nam żyć i działać. Kontakt z dzisiejszą rzeczywistością prowadzi nas do odkrycia, że współczesny człowiek targany jest pytaniami egzystencjalnymi oraz potrzebuje spotkania z Bogiem w nie mniejszym stopniu, niż miało to miejsce w poprzednich epokach. Żyje bowiem w cywilizacji, która wystawia na wielką próbę człowieka i jego zdrowy rozsądek, jego wolność i zdolność szukania prawdy oraz uczenia się miłości.

Człowiek żyjący w cywilizacji egoizmu, doraźnej przyjemności i pustki aksjologicznej, potrzebuje Ewangelii, która ma zupełnie inną logikę, gdyż zaprasza do życia w cywilizacji miłości, prawdy, wolności i świętości dzieci Bożych. Ewangelia chroni współczesnego człowieka przed jego własną słabością i naiwnością, a także przed popadaniem w postawy skrajne. Powołaniem człowieka nie jest bowiem zniewolenie czy bunt, lecz wolność; nie doraźna jedynie przyjemność czy bezsensowna asceza, lecz radość i trwałe szczęście; nie egoistyczny indywidualizm czy ideologiczny kolektywizm, lecz wspólnota osób; nie kult umysłu ani popadanie w absurdalny subiektywizm, lecz myślenie realistyczne i krytyczne.

Zadaniem nowych ewangelizatorów (duchownych i świeckich) jest komunikowanie prawd ewangelicznych za pomocą takich form przekazu i jednocześnie w tak precyzyjny sposób, by współczesny słuchacz słowa Bożego – podobnie jak ci, którzy słuchali Jezusa – miał tylko dwie możliwości: zrozumieć i przyjąć Bożą prawdę lub zrozumieć i odrzucić przesłanie Ewangelii. Nie powinno być natomiast takiej sytuacji, w której słuchacz nie zrozumiał przekazywanych mu prawd i nadal sądzi, że to on ma rację, a nie Chrystus i Jego Ewangelia. Współcześni głosiciele słowa Bożego powinni zdawać sobie

sprawę z tego, że ich zadaniem jest nie tylko kompetentne komunikowanie Bożej prawdy, ale też czytelne komunikowanie Bożej miłości. Prawda ukazuje nam właściwą drogę życia, ale dopiero miłość daje siłę, by pójść tą drogą i by wytrwać do końca. Trzeba bowiem pamiętać, że Bożą prawdę może przyjąć tylko ten, kto chce i jest w stanie ją respektować we własnym życiu. W przeciwnym przypadku będzie się bronił przed prawdą i będzie starał się „myśleć” w sposób dostosowany do własnego postępowania.

Kościół jest narzędziem zbawienia, a jego pierwszą drogą jest człowiek²⁰. Kryzys człowieka nie jest zatem powodem do pesymizmu, lecz do mobilizacji. Współczesny człowiek jest głodny Boga tym bardziej, im mniej zdaje sobie z tego sprawę. Chodzi tylko o to, w jaki sposób do niego dotrzeć z Bożą prawdą o człowieku i z Bożą miłością do człowieka w cywilizacji, która oficjalnie odrzuca wartości ewangeliczne oraz model człowieka objawiony w Chrystusie. Patrząc powierzchownie, człowiek współczesny z typową dla siebie ideologią, mentalnością, językiem, i wrażliwością moralną wydaje się być słabym kandydatem na słuchacza słowa Bożego. Ale właśnie dlatego, że posiada on cechy, które prowadzą go do kryzysu i cierpienia, do protestów, buntu, niepokoju i lęków, doświadcza tęsknoty za dobrem, prawdą i pięknem, za szczęściem i świętością, za logiką Ewangelii i za spotkaniem z Chrystusem. Adekwatna propozycja wiary może otworzyć człowiekowi oczy na to, jak daleko oddalił się od samego siebie, od swoich ideałów i od własnego powołania.

Współczesny człowiek żyje na peryferiach samego siebie²¹, na peryferiach własnych pragnień i aspiracji. Pragnie bardziej mieć niż być. Łatwiej przecież zdobyć jakąś rzecz, niż stać się dojrzałym człowiekiem. Stąd dominacja pragnień zewnętrznych: posiadania, dobrobytu, wygody życia, rozrywki. Tymczasem Chrystus fascynuje człowieka wszystkich czasów, gdyż jako jedyny w pełni objawia nam naszą własną tajemnicę, odsłania nasze najgłębsze potrzeby oraz sens ludzkiego życia. Ale właśnie z tego powodu w żadnej epoce i kulturze nie jest łatwo głosić Chrystusa. Aby ogień Jego miłości i prawdy dotarł do człowieka i w nim zapłonął, musi przedrzeć się przez sferę powierzchowności i spontaniczności. Musi dotrzeć do sfery najbardziej osobistej i intymnej, do najbardziej podstawowych pytań i potrzeb adresata Ewangelii. Zadaniem Kościoła jest głosić słowo Boże współczesnemu człowiekowi w taki sposób, by miał on szansę odkryć Chrystusa jako jedynego zbawiciela człowieka oraz by mógł zafascynować się Jego stylem życia.

Na progu XXI wieku Kościół Chrystusowy stoi w obliczu istotnych pytań. W jaki sposób rozbudzić we współczesnym człowieku otwartość na Boże objawienie? Czy dotychczasowe sposoby głoszenia Ewangelii (język, argumenty,

²⁰ Por. RH 1.

²¹ Por. R. Latourelle, *L'uomo e i suoi problemi alla luce di Cristo*, Assisi 1982, s. 269.

forma) mogą nadal dotykać serca dzisiejszego słuchacza? Co trzeba zmienić w metodach i języku komunikacji pastoralnej, by Ewangelia odślaniała swą siłę i by odnawiała oblicze tej ziemi? Jak łączyć codzienne doświadczenie człowieka, który przeżywa siebie i świat za pomocą mediów z przesłaniem Dobrej Nowiny, która ukazuje mu zupełnie inne horyzonty znaczeń? Na ile i w jaki sposób wyobraźnia ikoniczna i rzeczywistość ukazywana za pomocą dominujących środków przekazu może stać się narzędziem ewangelizacji? W jaki sposób docierać z Ewangelią życia do człowieka dotkniętego egoizmem, subiektywizmem, pustką aksjologiczną, indyferentyzmem religijnym, a nawet obojętnością na własny los?

Pogłębiona i kompetentna odpowiedź na powyższe pytania wymaga rozumienia znaków czasu i wzmacniania czynników nadziei.

Tak, jak imperium rzymskie z jego strukturą kulturową postawiło przed Kościołem starożytnym problem teologiczny i jak pojawienie się społeczności industrialnej wymagało zmierzenia się z innymi problemami teologicznymi, tak również pojawienie się społeczeństwa informatycznego wymaga nowej perspektywy teologicznej, która pozwoli nauce Chrystusa zachować swoją tożsamość. Trzeba podjąć wyzwanie, jakie płynie ze samoświadomości współczesnego człowieka oraz z postawy tych, którzy tworzą jego mentalność. Istotnym elementem tego wyzwania jest zmierzenie się z problemem środków społecznego przekazu²².

Także w naszych czasach istnieje szansa na skuteczne głoszenie słowa Bożego, gdyż człowiek współczesny – zwykle po omacku i według recept promowanych w mediach – poszukuje transcendencji, powrotu do *sacrum*, pogłębienia duchowego i spotkania z osobowym Bogiem. Tęsknotę za Bogiem wyraża on na nowe sposoby: poprzez doświadczenie, że dobra tego świata nie mogą zaspokoić wszystkich jego potrzeb i aspiracji, poprzez powrót do wspólnoty parafialnej i do praktyk religijnych, poprzez poszukiwanie dziwnych form religijności, poprzez prywatny, ukryty przed innymi ludźmi kontakt z Bogiem. Z drugiej strony ci, którzy oddalają się od Boga, rozpaczliwie szukając coraz to nowych rzeczy czy przeżyć oraz doprowadzając siebie do kryzysu, uzależnień, a nawet samobójstw, również stają się ważnym znakiem czasów. Odślaniają bowiem dramat człowieka, który zagłusza w sobie pragnienie Boga. W tej sytuacji trzeba postawić na nowo problem komunikacji pastoralnej, czyli problem podstawowych metod, form i kompetencji w przekazywaniu Ewangelii²³.

Relacja między ewangelizacją a komunikacją ma trzy podstawowe wymiary, które są ściśle ze sobą powiązane²⁴. Wymiar pierwszy to **ewangeli-**

²² A. Girardet, *Il Vangelo che viene dal video*, Torino 1980, s. 58.

²³ Por. H. Wahl, *Seelsorge in der Individualisierungsfalle?*, w: *Zielsicher und menschenoffen...*, dz. cyt., s. 59.

²⁴ Por. M. C. Carnicella, *Comunicazione ed evangelizzazione*, dz. cyt., s. 44.

zacja za pośrednictwem wszystkich dostępnych nam narzędzi komunikacyjnych. Oznacza to między innymi dojrzałe korzystanie ze środków społecznego przekazu w celu głoszenia Ewangelii. Wiąże się z tym konieczność kodyfikowania przekazu ewangelicznego zgodnie ze strukturą i językiem typowym dla danej formy komunikacji. Wymiar drugi to **ewangelizacja komunikacji.** Chodzi tu o nadanie współczesnym technologiom komunikacyjnym takiej formy i treści, by były one zgodne z postawą Chrystusa, z jego stylem życia i komunikowania²⁵. Wymiar trzeci to **ewangelizacja w ramach komunikacji.** Oznacza to pogłębioną pracę formacyjną z tymi ludźmi, którzy są specjalistami w komunikacji pastoralnej, aby ich działania były zgodne z duchem Ewangelii i by stawały się skutecznym świadectwem wiary.

Światowa sieć elektroniczna może stać się ziemską infrastrukturą w służbie miłości. Dzisiaj znowu znajdujemy się między wieżą Babel a Zesłaniem Ducha Świętego. Jestem przekonany, że Duch Boży nieustannie działa i że powiew Pięćdziesiątnicy zwycięży²⁶.

Jednak, aby stało się to możliwe, trzeba w znacznie większym niż dotąd stopniu naśladować sposób komunikowania, jakiego uczy nas Jezus. On potrafił wyrażać trudne prawdy w tak prosty sposób oraz za pomocą tak różnorodnych form przekazu, że rozumieli go nawet analfabeci²⁷. Jednocześnie zachowywał taką logikę i precyzję komunikacji, że nie mogli Mu niczego zarzucić uczeni w Piśmie ani faryzeusze. Chrystus tworzył optymalną przestrzeń do przyjęcia tego, co słuchacz zrozumiał, gdyż komunikował mu miłość i dodawał nadziei nawet wtedy, gdy treści, które głosił, stawiały odbiorcy twarde wymagania, szokowały czy wzywały do nawrócenia²⁸.

Na koniec jeszcze jedna uwaga. Jeśli chcemy naśladować Chrystusa w Jego sposobach komunikowania i odnoszenia się do słuchacza, to nikogo nie powinniśmy traktować jako wroga. Głosiciel Ewangelii może mieć przeciwników, którzy odnoszą się do niego z wrogością, a nawet nienawiścią. Jednak on sam nie powinien odnosić się do nich w ten sam sposób. Świadek Ewangelii może widzieć w drugim człowieku swego adwersarza, ale nigdy nie powinien traktować go jako wroga. Nawet w obliczu najbardziej agresywnych czy cynicznych słuchaczy mamy do dyspozycji narzędzie ewangelizacji, które polega na tym, by kochać i milczeć.

²⁵ Por. R. Mancini, *Comunicazione come ecumene*, Brescia 1991.

²⁶ P. Babin, *La catechesi nell'era della comunicazione*, dz. cyt., s. 37.

²⁷ Zadaniem ewangelizatorów jest poszukiwanie takich form komunikowania podstawowych prawd Ewangelii, które są atrakcyjne i łatwo zrozumiałe dla współczesnych nastolatków i dorosłych (por. M. Dziewiecki, *Pamiętnik Perelki*, Kielce 2003).

²⁸ Por. F. Lambiasi, G. Tangorra, *Gesù Cristo comunicatore*, Milano 1997, s. 127–172.

Sommario

POSTMODERNITÀ, MASS-MEDIA E EVANGELIZZAZIONE

Il Vangelo di Gesù va proclamato a una persona concreta che vive in uno specifico contesto storico e culturale. Per questo motivo la Chiesa deve cercare un linguaggio e forme di proclamazione della Buona Novella che siano comprensibili per l'uomo di oggi e che sappiano affascinarlo.

La postmodernità è contraddistinta da individualismo, soggettivismo, relativismo, edonismo, come pure da vuoto assiologico e indifferentismo religioso. Di conseguenza l'uomo postmoderno fugge dalla verità oggettiva su se stesso e vive „alla periferia” di se stesso. Dispone di mezzi di comunicazione sempre più raffinati per trasmettere un contenuto sempre più banale.

In questa situazione l'evangelizzazione deve avvalersi di tutti i moderni mezzi di comunicazione di massa, rispettando i loro linguaggi specifici. È necessaria inoltre l'evangelizzazione della comunicazione, e cioè lo sforzo di formare le tecnologie e il contenuto della comunicazione in base al modo di comunicare di Gesù stesso. Ci vuole, infine, la più profonda formazione teologica, spirituale e psicologica delle persone direttamente coinvolte nella proclamazione del Vangelo.

Ks. dr Marek DZIEWIECKI – ur. 1954 r. w Radomiu, doktor psychologii, adiunkt Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego, krajowy duszpasterz powołań i wicedyrektor Europejskiego Centrum Powołań, dyrektor telefonu zaufania diecezji radomskiej „Linia Braterskich Serc”, autor publikacji z zakresu psychologii wychowania, psychologii komunikacji międzyludzkiej oraz profilaktyki i terapii uzależnień. Ważniejsze książki: *Cielesność, płciowość, seksualność*, Kielce 2000, *Integralna profilaktyka uzależnień w szkole*, Kraków 2003, *Komunikacja wychowawcza*, Kraków 2004, *Miłość pozostaje*, Częstochowa 2001, *Nowoczesna profilaktyka uzależnień*, Kielce, 2000, *Osoba i wychowanie*, Kraków 2003, *Psychologia porozumiewania się*, Kielce 2000, *Wychowanie w dobie ponowoczesności*, Kielce 2002.