

UNIwersytet KARDYNAŁA STEFANA WYSZYŃSKIEGO W WARSZAWIE

WYDZIAŁ TEologiczny

Piotr Drzewiecki

**Audytywność radia
a zasada *fides ex auditu*
w radiowym przekazie wiary
chrześcijańskiej**

Praca magisterska napisana pod kierunkiem
ks. dr. Zenona Hanasa SAC na seminarium z
teologii środków społecznego przekazu

WARSZAWA 2002

Wstęp	3
1. Radio medium audytywnym	5
1.1. Człowiek - istota słyszająca i słuchająca	6
1.1.1. Zmysł słuchu u człowieka	6
1.1.2. Komunikacja audytywna	8
1.1.3. Druga epoka słuchu	10
1.1.4. Słuchamy i słyszemy	12
1.2. Audytywność i inne cechy radia	15
1.2.1. Media audialne	16
1.2.2. Radio - „gorący przekąznik” McLuhana	16
1.2.3. Co jest istotą radia	18
1.2.4. Radio medium towarzyszącym naszej codzienności	24
1.2.5. Wspólnototwórcza rola radia	27
1.3. Siła słowa	28
1.3.1. Co i jak się mówi	29
1.3.2. Mowa substancjalna	30
1.3.3. Dynamika słowa	32
2. Wiara rodzi się ze słuchania	34
2.1. Przekazywanie wiary	35
2.1.1. Osobowa definicja wiary	35
2.1.2. Wiara jest przekazywalna	37
2.1.3. Możliwość przekazywania wiary za pomocą mass-mediów	41
2.2. Zasada fides ex auditu w przekazywaniu wiary	44
2.2.1. Biblijne „słuchaj” znaczy „bądź posłuszny”	44
2.2.2. Wiara ze słuchania	50
2.3. Współczesny słuchacz słowa a przekazywanie wiary	56
2.3.1. Konsument słowa	58
3. Audytywność radia sprzyja przekazywaniu wiary w myśl zasady fides ex auditu	65
3.1. Radio jako medium religijne	65
3.1.1. Argument historyczny	65
3.1.2. Pius XII o radiu	67
3.1.3. Typologia radia religijnego	70
3.2. Audytywność radia a przekazywanie wiary	72
3.2.1. The medium is the message	73
3.2.2. Pole spotkania radia i przekazywania wiary	74
3.3. Need the Good Programming dla radia chrześcijańskiego	77
3.3.1. Finding the righth people	77
3.3.2. Wybór między misją a komercją	79
Zakończenie	81
Bibliografia	83
Pismo Święte	83
Dokumenty Kościoła	83
Literatura źródłowa	83
Literatura pomocnicza	85

Wstęp

Inspiracją do napisania pracy były słowa ks. bp. Adama Lepy najpierw usłyszane na wykładzie, a potem przeczytane w jego książce "Pedagogika massmediów": *Audytywność radia sprzyja przekazowi wiary w myśl zasady fides ex auditu*¹. Święty Paweł napisał w liście do Rzymian, że *wiara rodzi się ze słuchania* (Rz 10, 17) - fides ex auditu. Te dwa zdania, św. Pawła i bp Lepy, są tezą tej pracy.

Dlaczego radio i chrześcijaństwo? Jedno i drugie podkreśla znaczenie słowa słuchać. Nie interesowała mnie jakaś konkretna katolicka rozgłośnia radiowa, ale natura radia w ogóle. Postawiłem pytanie: *Co jest istotą radia? Dzięki czemu radio jest radiem?* Natura radia jest audytywna i aikoniczna - tzn. wszystko, co radio jest w stanie przekazać, może przekazać tylko za pomocą dźwięków, a w tym mowy ludzkiej. Mówi się, że radio lepiej przekazuje ludzkie doświadczenia, budzi wyobraźnię, wzmacnia istniejące poglądy, tworzy wokół siebie wspólnotę. Pierwszy rozdział jest poświęcony naturze radia i innym jego cechom.

Wiara rodzi się ze słuchania. Co to znaczy? Biblijne „słuchaj” znaczy przede wszystkim „bądź posłusznym”, ale nie tylko. Można mówić o dosłownym rozumieniu słowa „słuchaj”. Wiara zatem może być przyjmowana audytywnie, przez zmysł słuchu. Sam Bóg posłużył się ludzkim językiem. Chrześcijaństwo, a wcześniej judaizm, szczególnie akcentowało słuchanie. Dlaczego jest ono takie ważne? O tym traktuje rozdział drugi.

Radio jako medium audytywne i wiara ze słuchania - na czym polega to sprzyjanie? Pierwsze rozgłośnie radiowe nadawały program w znacznej mierze religijny. Od początku wiara znalazła w radiu przyjazne środowisko do jej głoszenia. Radio nie jest medium religijnym z natury, ale natura radia sprzyja przekazywaniu wiary. W trzecim rozdziale próbuję wykazać, na czym polega owe „sprzyjanie”.

Czy my ludzie Kościoła wystarczająco znamy się na mediach, czy znamy naturę środków przekazu, czy umiemy je praktycznie wykorzystywać? Teologia środków społecznego przekazu jest nauką, która zajmuje się mediami w aspekcie przekazywania

¹ Lepa Adam, Pedagogika massmediów, Archidiecezjalne Wydawnictwo Łódzkie, Łódź 2000, s.79

wiary. Stąd pomysł, żeby zająć się konkretnym medium, jakim jest radio i spytać o możliwości przekazywania wiary przez to medium, a co ważniejsze - spytać dlaczego można przekazywać wiarę przez radio i czy można. Mam nadzieję, że moja praca będzie przydatna zainteresowanym teologiczną refleksją nad radiem.

1. Radio medium audytywnym

Audytywność radia... - tymi słowami rozpoczyna się temat pracy i od tej części należałoby zacząć. Na początku podane są zagadnienia związane z ludzką zdolnością słuchu. Po pierwsze człowiek jest istotą zmysłową, po drugie jest obdarzony zmysłem słuchu, który jest jednak w znacznym stopniu ograniczony. Po określeniu ludzkiego zasięgu słuchania zwraca się uwagę na dźwiękowe środowisko człowieka zwane sonosferą. Najdoskonalszym wykorzystaniem tej sonosfery jest mowa ludzka, komunikacja audytywna. Wynalazek radia wpisuje się w ludzką sonosferę. Żyjemy w drugiej epoce słuchu - jak twierdzą Ong i McLuhan², a to właśnie dzięki upowszechnieniu mediów elektronicznych. W niniejszym rozdziale podjęto próbę definicji radia i wskazania jej konsytytywnych, istotowych cech. Zwrócono również uwagę jak współcześnie odbieramy radio, czym różni się słuchanie od słyszenia w komunikacji audytywnej. Ostatni paragraf ma na celu ukazać siłę słowa mówionego, które wzbogaca naszą komunikację i o wiele lepiej nadaje się do dzielenia swoimi doświadczeniami niż pismo i druk.

Ten rozdział ma przedstawić radio i mowę ludzką jako bliskie przekazywaniu wiary. Ukazać ich bogactwo oraz otworzyć horyzont przed teologiczną refleksją nad słuchaniem. Ma też na celu zebranie w całość prac i artykułów poświęconych radiu, bowiem nie powstaje za wiele takich publikacji na współczesnym rynku wydawniczym. „Mamy mgliste pojęcie o tym, czym jest radio”³ - stwierdził niegdyś Angelo Faus, teoretyk radia. Co prawda istnieje spora bibliografia na temat radia [w języku polskim głównie jednak na temat jego historii i teatru radiowego - przyp. aut.], jednak brak jednolitej i uniwersalnej koncepcji tego zjawiska, brak podręcznika dla radia dającego wstęp metodologiczny: pojęcie, cel i metodę. Brak jasno sformułowanego celu sprawia, że każdy stosuje własną teorię. Może dlatego, że radio było eksperymentem, może dlatego, że brak analogii do jakiś wcześniejszych współczesnych zjawisk⁴. W niniejszym rozdziale podjęto zaledwie próbę odpowiedzi na pytanie, jaka jest natura radia? Co sprawia, że radio jest radiem? Dzięki czemu? Postawienie takiego pytania było konieczne

² Por. Chrapek Jan, Współczesne techniki komunikowania nowym wyzwaniem dla Kościoła w: Kościół a środki społecznego przekazu, Pallottinum, Warszawa 1990, s.16

³ Faus Angelo, Radio jako narzędzie rekonstrukcji środowiska społecznego, „Przekazy i Opinie”, 1977 nr 3(9), s. 49

⁴ Tamże, s. 52

ze względu na kompozycję pracy. Bez wyjaśnienia, czym jest radio, trudno jest pisać o przekazywaniu wiary poprzez to medium.

1.1. Człowiek - istota słyszająca i słuchająca

Zarówno człowiek, jak i zwierzęta są istotami zmysłowymi. Według najprostszej definicji zmysłami nazywamy występującą u ludzi i zwierząt wrażliwość na bodźce, zdolność do odbioru i analizy zmian zachodzących w środowisku zewnętrznym i wewnątrz organizmu⁵. Klasycznie wyróżniamy pięć zmysłów: wzroku, słuchu, węchu, smaku i dotyku. Obecnie dodaje się jeszcze zmysł równowagi i kinestetyczny. Mianem zmysłu określa się także wszelkie czynności związane z czuciem np. bólu i temperatury⁶. Iwan Sieczenow zaproponował, by w fizjologii i psychologii posługiwać się w pojęciem analizatorów. Analizatory są pewnymi „podzespołami” układu nerwowego, nastawionymi na odbiór i przekazywanie energii do ośrodkowej części układu nerwowego. Składają się z receptorów wyczulonych na określone bodźce, np. wzrokowe, słuchowe itd. Sieczenow zaproponował podział analizatorów na zewnętrzne, nastawione na recepcję bodźców ze środowiska poza organizmem, oraz wewnętrzne, do których zaliczymy m.in. analizator kinestetyczny, informujący człowieka (i każde zwierzę) o położeniu i ruchach ciała jak i o właściwościach geometryczno-przestrzennych przedmiotów oraz o ich masie⁷. Do odbioru każdego z bodźców przystosowane są specjalne narządy zmysłowe, które przekazują impulsy do mózgu i rdzenia kręgowego. Najważniejszym składnikiem tych narządów są wspomniane wyżej receptory, zwykle specjalnie wyspecjalizowane grupy komórek.

1.1.1. Zmysł słuchu u człowieka

Słuch jest zdolnością do odbioru fal dźwiękowych. W terminologii Sieczenowa mówimy o analizatorze słuchowym, klasycznie - o zmyśle słuchu. Narządem słuchu jest ucho, a receptorem dźwięków - narząd spiralny Cortiego znajdujący się w przewodzie środkowym ślimaka w uchu wewnętrznym. Komórki zmysłowe narządu Cortiego są pokryte rzęskami wrażliwymi na fale akustyczne o częstotliwości od 16 Hz do 20 kHz (drgań na sekundę)⁸. Takie są też zdolności słuchowe człowieka, choć mówi się, że

⁵ Por. Encyklopedia Onet.pl, wiadomosci.onet.pl; hasło: zmysły

⁶ Tamże

⁷ Por. Szewczuk Włodzimierz (red.), Słownik psychologiczny, Wiedza Powszechna, Warszawa 1979, s.17-18

⁸ Por. Encyklopedia Onet.pl, [dz.cyt.](http://wiadomosci.onet.pl), hasło: słuch

najlepiej odbiera on częstotliwości od 1 do 3 kHz⁹. Jak ocenić słuch człowieka? „Ile więc człowiek jest w stanie ogarnąć uchem? Muzycy uważają, że sporo, bo ponad 10 oktav. Fizycy oceniają, że niezmiernie mało, bowiem fale głosowe wykrywane w powietrzu i innych przewodnikach dźwięku oblicza się w gigahercach, czyli tysiącach milionów Hz, a człowiek „dosięga uchem” zaledwie 20 tys. Hz”¹⁰. Wrażliwość słuchowa różnych istot nie jest jednakowa. Ludzie nie słyszą ultradźwięków, ale psy - tak. Ich skala słyszalności jest bowiem 2,5 razy rozleglejsza od ludzkiej¹¹. Inną wielkością ograniczającą ludzką zdolność słyszenia jest głośność. Słyszy on dźwięki nie głośniejsze niż 130 dB i nie cichsze niż 0 dB. Są to odpowiednio tzw. próg bólu i próg słyszalności człowieka. Dla orientacji podajmy poziom głośności niektórych źródeł dźwięku: cichy szept z odległości 5 m to 30 dB, natężenie dźwięku we wnętrzu miejskiego mieszkania - 50 dB, odgłosy dużego ruchu ulicznego - 90 dB, a dyskoteki - 117 dB. Natomiast stanięcie w odległości 30 m od startującego odrzutowca może uszkodzić nasz aparat słuchowy, gdyż poziom dźwięku wynosi 140 dB¹². Organ słuchowy był niegdyś wrażliwszy niż dzisiaj. Czułość słuchowa ludzi ewoluuje, a istotną rolę odgrywa tutaj cywilizacja i jest to niestety rola ujemna. Cywilizacja niesie hałasy szkodliwe dla naszego organizmu, tępi naszą wrażliwość słuchową powodując głuchotę.¹³ Narażeni są na nią zwłaszcza mieszkańcy dużych aglomeracji. Ale wrażliwość słuchowa nie jest wyłącznie uzależniona od postępu cywilizacyjnego i od epoki, w jakiej żyjemy. Niektóre czynniki są naturalne. Nasze dyspozycje słuchowe zmieniają się w ciągu dnia. Kiedy śpimy, to stajemy się głusi. Rano nasze zdolności słuchowe są o wiele lepsze niż wieczorem, stąd nawet propozycja organizowania porannych koncertów¹⁴. Ewa Kofin w cytowanym tu obszernie artykule dokładnie analizuje ludzkie możliwości słuchowe, w tym m.in. charakterystyczną dla człowieka zdolność tworzenia i odbioru muzyki. Interesuje ją „nasza orientacja w parametrach dźwięku”¹⁵ tj. wysokość, głośność i czas trwania. Co do odbioru wysokości dźwięku jesteśmy bardzo zróżnicowani. Mówi się, że niektórzy mają słuch absolutny, inni względny, a jeszcze inni nie mają słuchu muzycznego, co nie oznacza głuchoty, ale nierozpoznawalność interwałów, czyli różnic w wysokości kolejnych dźwięków. Co do

⁹ Tamże

¹⁰ Kofin Ewa, Komunikacja audytywna, „Przekazy i opinie”, 1982, nr 1, s. 6

¹¹ Tamże, s.5

¹² Dane o głośności różnych źródeł dźwięku por. Podręczna Miniencyklopedia Collinsa, RTW Warszawa 2000, s. 333

¹³ Por. Kofin Ewa, Komunikacja..., dz.cyt., s. 7-8

¹⁴ Tamże, s. 8

odbioru głośności jesteśmy sobie podobni i potrafimy szacować „na ucho” czy coś jest głośniejsze czy ciszej. Pomiar w decybelach zwykle nas zaskakuje, bo trudno uwierzyć, że np. szkolny hałas jest tak samo głośny, jak burza z piorunami czy huk motocykla¹⁶. Co do czasu trwania dźwięku to nie posiadamy zdolności precyzyjnego określenia tej wielkości. Dlatego posługujemy się zegarkiem. Człowiek posiada natomiast wycucie rytmu, czyli zdolność precyzyjnego podziału krótkiego odcinka czasowego na mniejsze równe części.

Jednak tym co przede wszystkim wyróżnia nasze używanie słuchu od zwierzęcego nie jest muzyka, ale zdolność mowy jako środka komunikacji. Zanim jednak „rozważy się procesy komunikacyjne dokonujące się w sferze akustycznej (...) należało najpierw spróbować dookreślić ludzki zasięg słyszenia, wskazać jego granice”¹⁷.

1.1.2. Komunikacja audytywna

Z chwilą, kiedy człowiek zaczął posługiwać się mową, rozwinęła się komunikacja audytywna¹⁸. Tomasz Goban Klas wyróżnia następujące ery rozwoju ludzkiej komunikacji: (1) erę znaków i sygnałów, (2) erę mowy i języka, (3) pisma - rozpoczętej 5 tys. lat temu w dorzeczu Eufratu i Tygrysu, (4) erę druku i komunikowania masowego - zainaugurowanej przez wynalazek Gutenberga a potem wynalazki: telefonu, fotografii, filmu, gramofonu i radia (5) erę telekomunikacji i informatyzacji oraz obecną (6) erę telekomputera i internetu trwającą od lat 90-tych XX wieku¹⁹. Dwie pierwsze ery są kluczowe dla rozwoju gatunku ludzkiego. Znaki i sygnały to „nie była jeszcze mowa. Wiele zwierząt krzykiem i piskiem, ruchem czy pozą przekazuje sygnały o znalezieniu pożywienia, niebezpieczeństwie, przyciąga partnera seksualnego oraz koordynuje działania stada w trakcie polowania”²⁰. Erę mowy artykułowanej rozpoczyna jego zdaniem człowiek z Cro-Magnon, żyjący gdzieś między 90. a 40. tysiącleciem przed Chr. „Mowa odróżnia nas od zwierząt. Wynalazek mowy i języka oznaczał przekroczenie natury sygnału, który jest zawsze związany z konkretnym miejscem, czasem i sytuacją. Słowo przenosi myśli w czasie i utrwała je”²¹. Mowa ludzka jest z jednej strony produktem aktywności człowieka - panowanie nad głosem można uznać za zdobycz

¹⁵ Tamże, s. 11

¹⁶ Tamże, s. 12

¹⁷ Tamże, s. 5-6

¹⁸ Słowa *audytywny*, *audialny* zostały wyjaśnione w § 2 niniejszego rozdziału.

¹⁹ Por. Goban-Klas Tomasz, *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i internetu*, PWN, Warszawa Kraków 2000, s. 16-17

²⁰ Tamże

²¹ Tamże

ludzkiego intelektu, z drugiej strony była możliwa dzięki naszej anatomii: strunom głosowym i zmysłowi słuchu - a więc uwarunkowaniom naturalnym²². Umiejętność mowy nie wykluczyła posługiwania się sygnałami w komunikacji. Dźwięk klaksonu, dzwonek w telefonie komórkowym czy syreny alarmowej to również komunikaty. Tyle że mowa dała doskonalszą formę tej komunikacji. Dzięki niej rozwinęła się cywilizacja, a bez niej trwalibyśmy pewnie w świecie podobnym do zwierzęcego.

Środowisko akustyczne, w którym żyjemy cytowany przez Ewę Kofin Raymond Schaffer nazywa **sonosferą**. „To bardzo trafny termin, warto więc zeń skorzystać. Trafny przede wszystkim etymologicznie: sonus, sonitus (łac.): dźwięk, głos, odgłos, hałas; sphaera (łac.): kula; sfera (pol.): obszar, otoczenie, środowisko. A oto jak Schaffer dookreśla sonosferę: „Świat, jakim go słyszymy, świat w uchu, dla ucha. Wszystko razem wzięte jako [...] jednolity system wartości: słowo, hałas, cisza, muzyka”²³. Schaffer zajmuje się sonosferą obiektywną włączając w nią świat zwierząt. Jednak podobnie jak Ewę Kofin interesuje nas sonosfera „przede wszystkim jako ludzkie ‘narzędzie komunikacyjne’ (...) słowem - podmiotem sonosfery pozostanie człowiek”²⁴. Innym określeniem środowiska akustycznego jest **fonosfera**. Takim terminem posługuje się m.in. Krystyna Laskowicz, autorka licznych prac i artykułów naukowych poświęconych sztuce radiowej²⁵. Z kolei bp Lepa wprowadza termin **logosfera** - sfera słowa. Nie jest to typowe filozoficzne rozumienie tego terminu, gdzie „greckie logos oznacza przede wszystkim sens, a nie słowo (...) Logosfera jest środowiskiem słowa, współtworzonym przez konkretnych ludzi”²⁶. Bp Lepa podaje kilka składników logosfery m.in. lekturę, dialog z drugim człowiekiem, słowa odbierane z massmediów, spotkania z mistrzami słowa, także modlitwę i ważny składnik logosfery - ciszę. Jest to zatem pewna humanizacja sonosfery z wyraźnym akcentem religijnym, ponieważ w centrum logosfery bp Lepa stawia Chrystusa - Słowo Boże. Logosfera w przeciwieństwie do ikonosfery sprzyja krytycznemu myśleniu, twórczej aktywności i komunikacji. „Ikonosfera staje się dziś zagrożeniem dla pełnego rozwoju osobowości (...) logosfera powinna być wykorzystywana jako szansa tego rozwoju”²⁷. „Środowisko słowa jest bardziej ‘ludzkie’ niż środowisko obrazu (...) Logosfera jest środowiskiem wyraźnie zpersonalizowanym.

²² Por. Kofin Ewa, *Komunikacja...*, dz.cyt., s. 20

²³ Tamże, s. 5

²⁴ Tamże

²⁵ Por. np. Laskowicz Krystyna, *Fonosfera w sztuce radiowej*, „Przekazy i Opinie” 1977, nr 4(10), s. 5-15

²⁶ Lepa Adam, *Pedagogika massmediów*, Archidiecezjalne Wydawnictwo Łódzkie, Łódź 2000, s. 185

Ponadto ikonosfera niejako ze swej natury kształtuje w jednostce postawę bycia 'dla siebie', gdy tymczasem logosfera formuje w osobowości człowieka postawę bycia dla innych"²⁸. Język w swojej istocie jest działaniem jednostki ukierunkowanym na „ty”. Nie jest więc zjawiskiem prywatnym, a publicznym - uważa bp Lepa. Oczywiście logosfera wykracza poza sonosferę obejmując także słowo pisane. Ale głównym jej składnikiem jest żywe, mówione słowo - podkreślane jako pełnia ludzkiej komunikacji. Ikonosfera cofa człowieka w rozwoju, bowiem to słowa i mowa ludzka dały początek naszej cywilizacji i wyodrębniły nas ze świata zwierząt.

Człowiek zaingerował w sonosferę. „Sonosfera jest konstytuowana nie tylko siłami przyrody, ale także ludzkości (...) człowiek może w nią ingerować”²⁹. Oprócz zdolności mówienia, a także śpiewania nasza ingerencja polega również na tworzeniu nowych źródeł dźwięku (instrumenty muzyczne), a także decydowaniu o parametrach dźwiękowych przestrzeni (budowa amfiteatrów, sal koncertowych itp.). Jednak największą i najpożyteczniejszą ingerencją z punktu widzenia komunikacji jest właśnie zdolność mowy opartej na zdolności słuchania. **Najdoskonalszym sposobem wykorzystania sonosfery przez człowieka jest komunikacja audytywna rozumiana jako mówienie i słuchanie.** „Być może użyteczność sonosfery dla człowieka jest rzeczywiście wielostronna, mimo wszystko jednak trudno oprzeć się przeświadczeniu, że ludzkość wykorzystuje ją głównie w celach komunikacyjnych i to na całej przestrzeni dziejów”³⁰.

1.1.3. Druga epoka słuchu

„Kultura naznaczona techniką alfabetu i druku była kulturą wzroku, gdyż przede wszystkim dzięki temu zmysłowi człowiek komunikował się z innymi. Natomiast kultura epoki narzędzi elektronicznego komunikowania wykorzystuje głównie słuch”³¹. Można paradoksalnie stwierdzić, że ludzkość odchodzi od komunikacji ikonicznej na rzecz audytywnej. Paradoksalnie, bo żyjemy w świecie dominacji obrazu: internetu, telewizji i reklam ulicznych. Jednak bp Chrapek twierdzi, że „współcześnie szczególnie angażowany jest zmysł słuchu, jak to było w społeczeństwach przedalfabetycznych (...) Środki przekazu kształtują nowy rodzaj szeroko pojętej kultury, cechą której jest

²⁷ Tamże, s. 191

²⁸ Tamże

²⁹ Por. Kofin Ewa, Komunikacja..., dz. cyt., s.20

³⁰ Tamże, s. 24

³¹ Tamże

akustyczność³². Dzisiejsza kultura stała się audiowizualna. Obok niewątpliwego wzrostu znaczenia obrazu, wzrosło również znaczenie dźwięku - zwłaszcza słowa mówionego. W tym sensie możemy mówić o akustyczności naszej kultury i drugiej epoce słuchu.

McLuhan obwieścił koniec „galaktyki Gutenberga”, koniec ery dominacji pisma i alfabetu, które angażowały przede wszystkim zmysł wzroku. Twierdził, że środki przekazu są tym doskonalsze, im bogatsze jest zawarte w nich doświadczenie sensualne, zmysłowe. To, co wiemy o świecie, doświadczamy przede wszystkim przez zmysły. Mowa, bezpośredni kontakt z rozmówcą jest więc z tego stanowiska najdoskonalszym sposobem przekazywania nagromadzonego doświadczenia. Na tym opierały się pierwotne społeczeństwa określane mianem „przedpiśmiennymi” lub oralnymi. Istotną zmianę przyniósł alfabet, a potem wynalazek druku Gutenberga. Zubożył on znacznie naszą komunikację. Narzucił nam skłonność do myślenia linearnego oraz do analitycznego rozkładania wszystkiego na czynniki pierwsze. Tymczasem współczesne środki przekazu nie umniejszają, a wręcz przeciwnie potęgują sferę doznań zmysłowych. Pismo i druk zubożyły nasze możliwości ekspresji, dając nam „oko zamiast ucha” sprowadzając całe bogactwo naszych odczuć do suchego komunikatu. Obecnie elektroniczne środki przekazu jakby przedłużyły nasz system nerwowy. Radio jest naszym przedłużonym, wielesetkrotnie wzmocnionym słuchem, telewizja jest naszym spotęgowanym wzrokiem³³. Z punktu widzenia komunikacji ludzkich doświadczeń i przeżyć współczesne środki komunikowania (radio, tv itp.) nadają się do tego o wiele lepiej niż książka. Jednak to ciągle książka (pismo, gazeta itp.) wydaje się najlepszym sposobem porządkowania tych doświadczeń i przeżyć w logiczne struktury.

Walter Ong badał związki i różnice między oralnością i pismiennością. Wiek elektroniki nazywa epoką oralności wtórnej, oralności telefonu, radia i telewizji. Pierwotną oralnością była epoka przedpiśmienna. Teraz dzięki nowoczesnym środkom przekazu następuje jej renesans³⁴. Ong próbuje zrekonstruować pierwotną oralność kultury. Zastanawia się nad jej cechami. Szczególnie interesujące są jego uwagi na temat psychodynamiki oralności i słowa mówionego³⁵. Piśmienność jest niezbędna do dalszego rozwoju nauki, historii, filozofii i głębszego rozumienia literatury. Kultura oralna musi w

³² Tamże

³³ Streszczenie myśli McLuhana por. Toeplitz Krzysztof Teodor, Marshall McLuhan - prorok elektronicznego zbawienia w: McLuhan Marshall, Wybór pism, WAiF, Warszawa 1975, s. 24-30

³⁴ Por. Ong Walter Jackson, Oralność i piśmienność Słowo poddane technologii, KUL, Lublin 1992, s. 23

³⁵ Do tych zagadnień nawiązuje §3 niniejszej pracy pt. Siła słowa

końcu stworzyć pismo. Każda kultura była świadoma, że bez piśmienności rozwój nie jest możliwy. Jednak z drugiej strony piśmiennosc dalece zmienia kulturę oralną. Coś jej daje w zamian, ale czegoś jej pozbawia. W kulturze oralnej bardzo silne jest słowo mówione. Traci tę moc, kiedy zostaje zapisane.

Dzięki współczesnym środkom przekazu (a zwłaszcza radiu) rośnie dziś znaczenie słowa mówionego. Sprzyja ono lepszej ekspresji człowieka, głębszemu przekazowi doświadczeń ludzkich i ponownie nadaje moc słowu. Wraz ze wzrostem znaczenia słowa mówionego (tv, radio, powszechność telefonu) i tej formy przekazu - nadawania, rośnie też rola słuchu jako formy odbioru tego przekazu i ogólnie pojętej audytywności. Zagadnienia mówienia i słuchania są ze sobą ściśle związane gdyż stanowią dwa istotne składniki aktu komunikacji audytywnej. Toteż nie można było pominąć mowy przy rozważaniu słuchowej zdolności człowieka.

1.1.4. Słuchamy i słyszemy

Dzisiejsza sonosfera została w takim stopniu nasycona dźwiękami, że często musimy przyjąć wobec niej postawę obronną, a więc postawę niesłuchania. „Im więcej mamy dźwięków do wyboru, tym więcej usiłujemy odrzucać, jest to bowiem nasza naturalna samoobrona”³⁶. „Pech chciał, że sam dźwięk ma naturę imperialisty: samorzutnie rozprzestrzenia się we wszystkich możliwych kierunkach, rozdyma się doprawdy ponad ludzkie potrzeby. Wprawdzie człowiek potrafi stawiać mu bariery (...) nie jest w stanie upilnować całej sonosfery”³⁷. „Komunikaty werbalne emitowane przez massmedia (...) coraz częściej traktujemy niczym gadaninę (...) Radio, do niedawna jeszcze doniosły wynalazek, dziś bywa ignorowane nie mniej niż hałas, jego przekazy coraz częściej odrzucamy ze wszystkim, czego nam zbywa”³⁸. Sonosfera pełna jest zbędnych odgłosów i hałasu. Tępi naszą wrażliwość słuchową i utrudnia koncentrację. Nie jesteśmy w stanie zawsze wszystkiego uważnie słuchać. Byłoby to nawet niebezpieczne dla naszej psychiki i zdrowia. Z konieczności odrzucamy i wybieramy z sonosfery tylko to, co nas zainteresuje. Dochodzimy tu do ważnego rozróżnienia między słuchaniem a słyszeniem. „Słuchanie to nic innego jak czynienie świadomego wysiłku, aby słyszeć lub inaczej: zwracać uwagę na dźwięk. Już z tej krótkiej definicji łatwo się można zorientować, że słuchanie jest czymś innym niż słyszenie. Słyszenie stanowi

³⁶ Kofin Ewa, *Komunikacja...*, dz. cyt., s. 38

³⁷ Tamże, s.39

³⁸ Tamże, s.38

fizyczny odbiór dźwięków znaczących, świadomie wychwytywanych. Słyszenie jest automatyczną reakcją naszego układu nerwowego i naszych zmysłów. Natomiast słuchanie jest reakcją dobrowolną, uruchamiającą procesy myślowe³⁹. „Efektywne słuchanie nie jest łatwe. Wymaga świadomego wysiłku, aby zwracać uwagę na to, co się słyszy”⁴⁰. „Słuchanie i słyszenie różnią się między innymi dlatego, że mówimy z prędkością 125 słów na minutę (tyle słów odbiera osoba słuchająca), a myślimy z prędkością od 400 do 500 słów na minutę i tyle słów teoretycznie moglibyśmy słyszeć. Jeśli ktoś mówi wolno, monotonicznie lub nieciekawie, to zaczynamy przestawać zwracać uwagę na to, co on mówi i odbierać inne dźwięki lub zajmować się własnymi myślami”⁴¹. Jak widać słuchanie wymaga koncentracji i pewnego treningu, czego współcześnie uczą specjaliści od zarządzania i negocjacji. Taka wiedza przyda się jednak każdemu. Stąd postulat nauki słuchania w szkolnictwie USA, równie ważnej co nauka czytania, pisanie i liczenia. „Przez całe lata na różnych szczeblach szkolnictwa zajmowano się nauczaniem trzech podstawowych umiejętności - czytania, pisanie i liczenia. W 1978 r. Kongres Stanów Zjednoczonych zmienił ustawę o szkolnictwie dodając czwarty element - komunikację ustną. Chociaż ustne porozumiewanie się - mówienie i słuchanie - często decyduje o sukcesie szkolnym, zawodowym i społecznym, szkolnictwo amerykańskie zaniedbywało kształcenie w tym zakresie. Wiele osób zakładało, że skoro dzieci wkraczają do szkoły potrafiąc mówić i słuchać, to nie potrzebują dalszego rozwijania tych umiejętności. A jednak okazało się, że jest to taka forma aktywności, której trzeba się nauczyć”⁴². W Polsce nie prowadzi się zajęć z wychowania do słuchania, a przecież komunikacja ustna, audytywna jest podstawowym sposobem porozumiewania się. „Badania pokazują, że 70% czasu, jakim dysponujemy poza snem, przeznaczamy na porozumiewanie się na różne sposoby. Z tego 11% przypada na pisanie, 15% na czytanie, 32% na mówienie i 42-57% na słuchanie”⁴³. Zaniedbania wychowawcze w nauce słuchania - w polskim szkolnictwie właściwie brak takich zajęć - powodują trudności w komunikacji z otoczeniem, a także trudności z odbiorem audycji radiowych i telewizyjnych. Pamela Cooper w swoich scenariuszach lekcyjnych do nauki słuchania

³⁹ Brzeškiewicz Zbigniew, *Supersłuchanie Jak słuchać i być słuchanym*, Agencja Wydawnicza Comes, Warszawa 1996, s. 28

⁴⁰ Tamże, s.29

⁴¹ Tamże

⁴² Cooper Pamela, *Sprawne porozumiewanie się 114 scenariuszy ćwiczeń z mówienia i słuchania*, Wydawnictwo CODN, Warszawa 1999, s.5

⁴³ Tamże, s.6

dąży do wyćwiczenia u wychowanków następujących predyspozycji: rozróżniania faktów i opinii, rozróżniania wypowiedzi informacyjnych i perswazyjnych oraz wyodrębniania głównych elementów wypowiedzi. Scenariusze te mają na celu przede wszystkim rozwój komunikacji interpersonalnej. Wiele z tych doświadczeń może jednak służyć zdobyciu umiejętności aktywnego i selektywnego słuchania stacji radiowych. Nauka słuchania to ważny postulat w pedagogice dostrzeżony m.in. przez bp. Lepę w jego „Pedagogice massmediów”. Ważny zarówno w wychowaniu do bezpośredniej komunikacji międzyludzkiej jak i do odbioru mediów. Dostrzega to również Wiesław Sonczyk, autor podręcznika szkolnego poświęconego mediom. „Można powiedzieć, że wielu odbiorców treści medialnych zachowuje się wobec nich biernie. Czytając prasę, słuchając radia czy oglądając telewizję ludzie rzadko starają się zrozumieć istotę środków społecznego przekazu i uświadomić sobie specyfikę działalności każdego z nich. Prawdę mówiąc, media - niestety - wcale ich do takiej refleksji nie zachęcają, ani jej nie ułatwiają. Tymczasem posiadanie takiej wiedzy z pewnością ułatwia korzystanie z mediów, czyli dokonywanie świadomych wyborów z bardzo przecież bogatej oferty treściowej i lepsze zrozumienie tego, co się czyta”⁴⁴. Zatem to **szkoła może odegrać nieocenioną rolę w kształceniu w nas predyspozycji słuchania**, świadomego odbioru przekazywanych treści - co zmniejsza podatność na manipulację⁴⁵ - oraz selekcji. Polepszy również nasze relację z innymi ludźmi. Również Kościołowi zależy na uważnym słuchaniu przez wiernych kazań i liturgii, zasadniczej formie jego katechezy. Kształcenie słuchania ma też ogromne znaczenie w odbiorze komunikatów radiowych i telewizyjnych. Nauka słuchania i mówienia, znana jako retoryka, była niegdyś podstawowym składnikiem wykształcenia. Dziś retorykę coraz częściej zastępują różnego rodzaju szkoły komunikacji społecznej, nie do końca zdaniem wykładowców klasycznej retoryki (jak np. prof. Korolko) oddającej całe bogactwo wiedzy zdobywanej w tym zakresie przez ludzkość od stuleci.

Włodzimierz Głodowski w podręczniku komunikowania interpersonalnego poświęca jeden z rozdziałów zagadnieniu słuchania. Również dokonuje rozróżnienia

⁴⁴ Sonczyk Wiesław, Media w Polsce Zarys problematyki, WSiP, Warszawa 1999, s.6

⁴⁵ Por. Szumowski Marcin, Wrogowie wolności, „Dzień Dobry” 1(70), 11 stycznia 2002, s.1, 4-5. „Mowa najbardziej sprzyja manipulacji (...) Siła głosu, dykcja, intonacja, używanie pewnych zwrotów czy mówienie określoną składnią ma ogromny wpływ na odbiorcę. Najlepszym przykładem jest tzw. język hipnotyczny stosowany przez niektórych polityków” - twierdzi cytowany w artykule Bogusław J. Feder, założyciel Centrum Kreowania Liderów. Socjolog Jacek Kucharczyk znajduje lekarstwo na podatność na manipulację właśnie w szkolnictwie: „W szkołach nikt nie uczy komunikacji werbalnej i niewerbalnej. Dobrze by było wprowadzić taki przedmiot, który np. w ramach edukacji obywatelskiej obnażałby sztuczki manipulacji politycznej i konsumenckiej. Ludzie powinni się uczyć, jak oglądać reklamy środków do prania i reklamy

między słyszeniem a słuchaniem, które jest świadomym i aktywnym procesem odbierania sygnałów dźwiękowych⁴⁶. Dostrzega również, że większą część aktywnego dnia poświęcamy słuchaniu, co nie znaczy, że zawsze jest to słuchanie efektywne. Podaje podobne wyniki badań do tych przedstawionych przez Pamelę Cooper⁴⁷. Wymienia kilka korzyści wynikających z aktywnego słuchania. Słuchanie łagodzi nieporozumienia, umożliwia współpracę, pomaga przy podejmowaniu decyzji, podbudowuje pewność siebie⁴⁸. Wyróżnia kilka poziomów słuchania: poziom niesłuchania, słyszenia - biernego odbioru dźwięków oraz poziom myślenia, kiedy „odbiorca nie tylko słyszy, co się do niego mówi, ale także myśli o tym, o czym się mówi”⁴⁹. Jest to słuchanie myślące, czyli rzeczywiste słuchanie. Podaje kilka istotnych składników tego rzeczywistego słuchania: słyszenie, uważanie, zrozumienie i zapamiętywanie⁵⁰. Słuchamy dla przyjemności, wnikliwie, krytycznie lub empatycznie⁵¹. Autor stara się znaleźć przyczyny nieskutecznego słuchania jak i podaje kilka rad mających na celu polepszenie słuchania⁵².

Radio jest częścią naszej sonosfery. Podstawowym zadaniem każdej rozgłośni radiowej jest zdobyć słuchacza, zatrzymać go przy radiodbiorniku, sprowokować do świadomego słuchania. A słuchania musimy się uczyć. Na wychowaniu do słuchania powinno zależeć również mediom, które chcą przecież zająć naszą uwagę jak najdłużej.

1.2. Audytywność i inne cechy radia

Radio opiera swój przekaz na jednym tylko zmysle człowieka: na słuchu. Dlatego mówimy o audialności czy audytywności radia. Słowo *audytywny* pochodzi od francuskiego *auditif* i znaczy „przyswajany, przyjmowany za pomocą słuchu”⁵³. Z kolei audialny to „taki, który odnosi się do słuchu, działa na słuch, jest odbierany słuchem”⁵⁴. Terminy te mają swój źródłosłów w języku łacińskim, bowiem *audio* znaczy słyszeć, słuchać, *auditor* - słuchacz, a *auditus* - słuch⁵⁵.

polityczne”.

⁴⁶ Por. Głodowski Włodzimierz, *Komunikowanie interpersonalne*, Wyd. Hansa Communication, Warszawa 2001, s. 61

⁴⁷ Por. Tamże, s.58

⁴⁸ Por. Tamże, s.59

⁴⁹ Tamże, s. 62

⁵⁰ Por. Tamże, s.62-66

⁵¹ Por. Tamże, s.66-70

⁵² Por. Tamże, s.70-72

⁵³ Por. Zgólkowa Halina (red.), *Praktyczny słownik współczesnej polszczyzny*, Wydawnictwo Kurpisz, Poznań 1994, s.44

⁵⁴ Por. Tamże, s.39

⁵⁵ Jurewicz Oktawiusz, Winniczuk Lidia, Żuławska Janina, *Język łaciński Podręcznik dla lektoratów szkół wyższych*, PWN, Warszawa 1998, s. 568

1.2.1. Media audialne

Radio jest zaliczane do grona mediów audialnych lub inaczej audytywnych w odróżnieniu od mediów wizualnych (działających na wzrok, np. prasa, reklama zewnętrzna) i audiowizualnych (działających na wzrok i słuch jednocześnie, np. telewizja, film). Trzeba tu wspomnieć o innych mediach audialnych, a więc o innych wynalazkach człowieka związanych z przekazywaniem i rejestracją dźwięków: muzyki, odgłosów przyrody i mowy ludzkiej. Pierwszym takim wynalazkiem był mikrofon Wheatstone'a z 1827 roku, umożliwiający zamianę głosu na impulsy elektryczne. Ważnym dokonaniem stało się wynalezienie fonografu przez Amerykanina Thomasa Alfa Edisona w 1877 roku, który jako pierwszy skonstruował aparat do zapisu i odtwarzania dźwięku (nie licząc wcześniejszych eksperymentów Francuza Leona Scotta de Martinville'a, który 20 lat wcześniej skonstruował własny, ale mało funkcjonalny fonograf). W 1899 roku wynaleziono głośnik, w 1925 roku elektryczny gramofon, w 1935 roku niemiecka firma AEG skonstruowała pierwszy szpulowy magnetofon. Duże zasługi dla techniki mediów audialnych ma firma Phillips, która w 1963 roku ustaliła światowy standard taśm magnetofonowych, a w 1979 zaprezentowała w Holandii płytę z cyfrowo zapisanym dźwiękiem znaną powszechnie jako płyta kompaktowa (ang. CD czyli compact disc)⁵⁶. Środki audialne można zatem podzielić na te, które służą przesyłaniu i przekazywaniu dźwięków oraz na te, które służą ich utrwalaniu. Radio zaliczyć należy do tej pierwszej grupy. Wśród mediów audialnych jest również wynalazek telefonu Bella z 1876 roku. Służy on jednak głównie komunikacji dwuosobowej. Wyżej wymienione przykłady mediów dotyczą komunikowania masowego, w którym jednostkowy nadawca przekazuje komunikat zmultiplikowanemu, nieokreślonemu odbiorcy masowemu. Radio, płyty i kasety audialne należą do takich właśnie mediów komunikowania masowego, czyli do massmediów.

1.2.2. Radio - „gorący przekaźnik” McLuhana

Przekaźniki wg Marshalla McLuhana są przedłużeniem zmysłów, naszego układu nerwowego. Pisząc o radiu podkreśla, że jest ono „bezpośrednim i szczególnie potężnym przedłużeniem ośrodkowego układu nerwowego”⁵⁷. Jego zdaniem oddziaływanie na jeden tylko zmysł słuchu klasyfikuje radio do grona przekaźników gorących. „Przekaźnik gorący to takie przedłużenie konkretnego zmysłu, który zapewnia ‘ostrą’ percepcję.

⁵⁶ Por. Mass media - media audialne, http://www.gimnazjum.com.pl/media/media_audialne.html, 01-02-15

⁵⁷ McLuhan Marshall, Wybór..., dz. cyt., s.154

‘Ostrą’, to znaczy nasyconą, szczegółową i wyrazistą informacją”⁵⁸. McLuhan zestawia radio z telefonem, który również wykorzystuje słuch w komunikacji, ale nazywa go przekaźnikiem zimnym. „Przekaźniki zimne wymagają aktywnego współuczestnictwa w uzupełnianiu przekazywanej treści”, podczas gdy „przekaźniki gorące wymagają od odbiorcy mniejszego współudziału w procesie przekazywania”⁵⁹. Radio wymaga tylko słuchania. podczas gdy rozmowa telefoniczna angażuje zarówno słuch, jak i mowę, wymaga od słuchacza koncentracji i myślenia służącego formułowaniu odpowiedzi i prowadzenia dialogu z rozmówcą. Rozmowa telefoniczna angażuje bardziej niż słuchanie radia. Podobnie seminarium angażuje bardziej niż wykład, ponieważ wymaga aktywnego współuczestnictwa, a nie tylko samego słuchania i notowania⁶⁰. Radio jest medium gorącym ponieważ „podgrzewa”, działa intensywnie na jeden z naszych zmysłów, jakim jest słuch. Natomiast radio nie wymaga od nas takiej aktywności jak rozmowa. Inaczej też jest z telewizją, ponieważ zarówno wzrok i słuch są zaangażowane w odbiór. Dlatego McLuhan zaliczał telewizję do mediów zimnych, mniej zaostrzających jeden tylko rodzaj zmysłu. Można powiedzieć, że w człowieku zachodzi równowaga przyjmowania przez zmysły bodźców. Jeśli któryś zmysł jest zaangażowany bardziej, inne pozostają jakby uśpione i odbierają mniej bodźców. W przypadku telewizji bodźce docierają zarówno do zmysłu wzroku i słuchu, w przypadku radia - tylko do słuchu.

Mamy dwa rodzaje odbioru radia. Pierwszy to bierne słuchanie radia, które można określić jako **słyszenie radia**. Dzieje się tak wtedy, kiedy radio towarzyszy jedynie naszym czynnościom, stanowi pewne dźwiękowe tło naszych czynności. Jeśli jednak coś nas zainteresuje, jesteśmy w stanie przerwać nasze czynności i posłuchać z uwagą. Wtedy można mówić o **słuchaniu radia**. Przejście od pierwszego do drugiego stanu wymaga naszej decyzji. Ta różnica jest dobrze widoczna w języku angielskim. *Listen* znaczy „słuchać, angażując się”. *Hear* „słyszeć, niezależnie od woli słuchającego”. Kiedy biernie słuchamy radia (słyszemy radio), do wszystkich zmysłów docierają tak samo intensywne bodźce (a jednym z nich są dźwięki dobywające się z radioodbiornika) i nie ma owego mcluhanowskiego podgrzania. Jeśli słuchanie jakiegoś utworu muzycznego lub audycja radiowa nas zainteresuje, to możemy mówić o zjawisku podgrzania. Czujemy się tak zaabsorbowani słuchaniem muzyki czy audycji (np. wstrząsających wiadomości ze

⁵⁸ Tamże, s.61

⁵⁹ Tamże, s. 61-62

⁶⁰ Por. Przykłady podane przez samego McLuhana, Tamże, s. 62

świata), że na chwilę zapominamy o wykonywanych wcześniej czynnościach. McLuhan twierdzi, że silne „podgrzanie” jednego zmysłu może nawet wywołać hipnozę⁶¹.

Jonathan Miller wczytując się w teksty McLuhana pisze: „McLuhan twierdzi (...), że kanał słuchowy jest z natury swej bogatszy albo, by posłużyć się jego własną terminologią, ‘gorętszy’ od powiedzmy na przykład - kanału wzroku. Znaczy to, że nawet gdyby mowy nie wspierały inne zmysły, słuchający mimo wszystko otrzymałby bogatszy, ‘gorętszy’ przekaz od tego, jaki by odebrał jedynie za pośrednictwem oka”⁶². Radio bardzo intensywnie działa na słuch, absorbuje ten zmysł w sposób totalny, przy czym uwzględniając to, co pisze Miller dociera głębiej, przekazuje tą drogą więcej niż inne „gorące” medium, które działałoby w ten sam sposób tyle że na inny zmysł, np. na wzrok. To, że radio jest oparte na zmyśle słuchu i działa w taki właśnie „gorący” sposób, a nie jest oparte na innym zmyśle, sprzyja bogactwu treści przekazu, jaki tą drogą może dotrzeć do odbiorcy.

1.2.3. Co jest istotą radia

Zastanówmy się, co jest naturą, istotą radia? Mówimy że istotą czegoś jest to, dzięki czemu to coś jest tym, a nie czymś innym. Kluczowym słowem w rozumieniu pojęcia istoty jest właśnie to „dzięki czemu”. Dzięki czemu radio jest radiem, a nie telewizją, internetem czy gazetą? Po pierwsze radio jest sobą ze względu na **audytywność**, po polsku powiemy słuchalność czy słyszalność. Podstawową cechą radia jest to oparcie przekazu o jeden zmysł człowieka: o słuch. Z tego wynikają inne jego cechy przynależne słuchaniu i mówieniu. W całym procesie komunikacji radiowej obejmującej nadawcę, odbiorcę, treść przekazu i środki techniczne chodzi w zasadzie tylko o słuch i o dźwięki. Radio dotyczy wszystkiego, co słyszalne dla człowieka. Określenie „słyszalność świata” zaproponował Jan Ulatowski w „Tygodniu radiowym” w 1927 roku. Ulatowski wychodzi od porównania z filmem. „Tak jak film wykorzystuje widzialność świata, tak radio słyszalność świata” - tzn. wszystko, co jest słyszalne⁶³. Bp Lepa umieszcza radio „w specyficznym środowisku akustycznym zwanym sonosferą” oraz podkreśla, że posługuje się ono wyłącznie fonią. Pisze nawet, że „radio ze względu na swoją naturę (zwłaszcza foniczność) dokonało „odkrycia” w człowieku tej jego

⁶¹ Tamże, s. 72

⁶² Miller Jonathan, Spór z McLuhanem, cyt. za: Legowicz Wiktor, Radio ulotność słowa?, WSiP, Warszawa 1986, s.85

⁶³ Por. Laskowicz Krystyna, Świat za drzwiami Początki polskiej myśli radiozawczej i praktyki słuchowiskowej, UAM, Poznań 1983, s. 40

warstwy, dzięki której nazywa się go **homo audiens**⁶⁴. Zalicza je do massmediów audytywnych podkreślając nieocenioną rolę w przywracaniu i odkrywaniu sonosfery, na którą składają się dźwięki otaczające człowieka, a przede wszystkim mowa ludzka. Radio rozwija w człowieku zdolność słuchania. Może mieć, zdaniem bp Lepy, wymiar pedagogiczny, ale również i antywychowawczy charakter zależnie od tego, jak jest używane. „Jedni z zachwytem podkreślają wychowawczą rolę radia (...) inni natomiast widzą w radio czynnik, który zniekształca wpływy wychowawcze”⁶⁵.

W przypadku radia jest inaczej niż w zwykłej komunikacji dwojga osób, które mają ze sobą również kontakt wzrokowy, jak i nawet komunikacji publicznej, kiedy ktoś przemawia, a my słuchamy, ale mimo wszystko widzimy osobę mówcy. W komunikacji radiowej nie ma wizji. Nie chodzi tu o słuchalność i w domyśle możliwość wzrokowego kontaktu, jakiej doświadczamy w codziennej rozmowie, ale wyłącznie o słuchalność. Podobnie jest również z rozmową telefoniczną, w której nie widzimy, a może nawet nigdy nie widzieliśmy osoby, z którą rozmawiamy. Możemy się jedynie domyślać jak ta osoba wygląda. Ta cecha jest określana mianem **awizualności**, dlatego mówimy że radio posługuje się wyłącznie fonią⁶⁶. Mówi także o niewidzialności⁶⁷, a nawet o ślepotcie radia, a same radio nazywa się „medium niewidomym”⁶⁸. Z tej wyłączności jednego zmysłu wynika wiele innych cech radia. Awizualność określiła wszystkie pochodne cechy radia, jak naturę języka i sposób jego używania⁶⁹. To dlatego mówimy o radio jako medium budzącym **wyobraźnię**, bo tak wiele trzeba sobie dopowiedzieć, przedstawić w umyśle jako pewien obraz tego, co się słyszy, czyli wyobrazić. Piotr Wojciechowski pisze o tym, jak radio i książka budzą naszą wyobraźnię: „Film, ilustracja w magazynie, teledysk, obrazek z internetu - to wszystko przekazuje nam twory cudzej wyobraźni. Gdy czynimy z tego podstawową strawę duchową, nasza wyobraźnia usycha, a duch przysycha z nią. Gdy czytamy myśląc, wyobraźnia podąża za zrozumieniem. Powieściopisarz napisze ‘wszedł oficer’, a czytelnik musi wyobrazić sobie twarz, mundur, stopień, uzbrojenie, krok, gest. Czytający przez radio lektor może zamienić w westchnienie sylabę „of” albo

⁶⁴ Por. Lepa Adam, *Pedagogika...*, dz. cyt, s.73

⁶⁵ Tamże, s. 77

⁶⁶ Inne określenie to aikonizacja (od gr. eikon - obraz).

⁶⁷ Por. Laskowicz Krystyna, *Świat za...*, dz. cyt.

⁶⁸ Określenie ang. blind medium podał A. Crissel w *Understanding Radio*, London-New York 1994. por. Markiewicz Wojciech, *Radio - „świat z dźwięków”* w: Bauer Zbigniew, Chudziński Edward (red.), *Dziennikarstwo i świat mediów, Studium Dziennikarskie Akademii Pedagogicznej im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie i Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych Universitas*, Kraków 2000, s. 290

może zawarczeć groźnie głoską „r” w końcu tego słowa, dopomóc nam w wyobrażeniu sobie wchodzącego oficera, ale jednoczesnym tempem czytania ponagla naszą wyobraźnię, stawia jej następne i następne zadania”⁷⁰. Ta wyłączność słuchu leży u podstaw konstrukcji całego medium od strony nadawcy, który jest świadomy, że wszystko, co chce przekazać, może przekazać jedynie za pośrednictwem kanału słuchowego. Od strony odbiorcy można powiedzieć o radiu analogiczne, że wszystko co można odebrać z przekazu radiowego, można odebrać wyłącznie słuchem. Dlatego szczególnego znaczenia nabierają w radiu **niewerbalne kanały przekazu** i różnego rodzaju **konteksty wypowiedzi radiowej**.

Wyróżniamy jedenaście kanałów za pomocą których człowiek komunikuje się z otoczeniem. Jednym z nich jest komunikacja werbalna, a więc sposób posługiwania się zasobami języka mówionego bądź pisanego. Sprawność i skuteczność komunikowania werbalnego zależy od merytorycznych kompetencji mówiącego lub piszącego, od stanu jego wiedzy na dany temat itp. Zależy również od jego możliwości językowych, od używanego słownictwa, w przypadku słowa mówionego - od dykcji, poprawnego akcentowania poszczególnych słów. Pozostałe dziesięć kanałów określane jest jako komunikacja niewerbalna. Definicję komunikowania niewerbalnego podaje Włodzimierz Głodowski, szczegółowo badający to zagadnienie „Niewerbalne komunikowanie obejmuje sygnały pozbawione słów lub uzupełniających słowa. (...) Przekazami niewerbalnymi są wszystkie sygnały występujące w międzyosobowej interakcji, które nie mają ani formy mówionego słowa, ani pisanego wyrazu i obejmują wszystkie inne przekazy, które wywierają pewien wpływ na jej uczestników”⁷¹. Obok kanału werbalnego dwa z spośród dziesięciu kanałów niewerbalnych występują również w przekazie radiowym⁷². Jest to **kanal intonacyjny** i **kanal dźwięków paralingwistycznych**. Mówiąc o kanale intonacyjnym interesuje nas nie to, co zostało powiedziane, ale **jak** to zostało powiedziane. Wagę wypowiedzianych słów podkreśla się zazwyczaj poprzez odpowiednie ich akcentowanie oraz sposób wymowy: z większym lub mniejszym naciskiem, głośniej lub ciszej, głosem ponurym, obojętnym czy radosnym. Ton głosu może być mentorski, niepewny, lekceważący. Jak pokazują badania słuchacz znacznie częściej poddaje się wpływowi intonacji wysłuchiwanego argumentów, aniżeli ich sile

⁶⁹ Tamże

⁷⁰ Wojciechowski Piotr, Głosy nad nami, *Więź* 5(499), s. 44

⁷¹ Głodowski Włodzimierz, *Komunikowanie...*, dz.cyt., s. 152

⁷² Por. *Popularna encyklopedia massmediów*, Wyd. Kurpisz, Poznań 1999, s. 259.

merytorycznej. To właśnie w tym kanale tkwi potęga radia i siła słowa mówionego⁷³. W radiowych serwisach informacyjnych dąży się jednak do jak największego obiektywizmu i oczyszczenia głosu mówiącego z indywidualnych cech, po to, by bardziej koncentrować na tym, co się mówi, a nie jak się mówi. Pisze o tym Wojciech Markiewicz. „W przekazie informacyjnym chodzi o to, żeby obecność autorskiego ‘ja’ była bliska zeru. ‘Bliska’ ponieważ czytanie wiadomości (...) nie daje lektorowi możliwości ‘oczyszczenia’ swojego głosu z tak indywidualnych jakości, jak ton czy barwa. (...) W działach informacyjnych radia preferuje się głosy raczej niskie i zaleca się mówienie ‘na osi’, by uniknąć dezinformujących ‘zaśpiewów’. Już samo zakończenie zdania może zamienić sens naszej wypowiedzi. Brak kadencji na końcu zamienia twierdzenie w pytanie. Stąd wnioszek, że rola intonacji w przekazie informacyjnym musi być ograniczona do minimum”⁷⁴. Z kolei w moderacji radiowej, czyli „wejściach” prezentera na antenę, wręcz przeciwnie dąży się do indywidualizacji wypowiedzi poprzez wykorzystywanie możliwości pozawerbalnych i w niej upatruje się profesjonalizmu osoby moderatora - akcent pada na to jak się mówi. W mowie radiowej istotne jest zatem: nasilenie mowy, dobór pod względem tonalności, modulacji, oddalenie lub zbliżanie źródła głosu w stosunku do mikrofonu, efekt echa, pauzowanie⁷⁵.

Kanał dźwięków paralingwistycznych jest drugim z kanałów związanych z głosem. Należą do nich np. retoryczny śmiech, płacz, westchnienia, okrzyki. Ich sensowne użycie może wzmocnić efekt prezentowanych argumentów, nie przemyślane - ośmieszyć. Do dźwięków paralingwistycznych zaliczamy również te powstałe przy braku autokontroli mówiącego, które osłabiają estetykę wypowiedzi i autorytet mówiącego. Należą do nich pochrząkiwania, pokąsływania, mlaskania, nieartykułowane „eee... yyy...” itp.⁷⁶

Brak obrazu w przekazie radiowym wymaga, aby przekaz radiowy uzupełniał ten brak słowem. Tło, które w telewizji uzyskujemy za pośrednictwem obrazu, w radiu musi być wypowiedziane za pomocą słów, które tworzą dopiero **kontekst** danego wydarzenia. „Ponieważ program radiowy nie przedstawia obrazowo miejsca, w którym powstaje, nie widzimy też tych, którzy mówią (...) Problem dziennikarstwa radiowego polega na

⁷³ Do tego tematu nawiązuje § 3 1 rozdziału niniejszej pracy pt. Siła słowa

⁷⁴ Por. Markiewicz Wojciech, Radio - „świat z dźwięków”, dz. cyt., s. 285-286

⁷⁵ Laskowicz Krystyna, Świat za..., dz. cyt., s. 18

⁷⁶ Na temat kanałów niewerbalnych por. Popularna encyklopedia massmediów, Wyd. Kurpisz, Poznań 1999, s. 259-260

uwierzytelnieniu realności zdarzenia, o którym mowa - inaczej niż w tv, gdzie czynimy to w ciągu kilku sekund z pomocą obrazu”⁷⁷. Jest to pewien minus komunikacji radiowej dotkliwy zwłaszcza przy przekazywaniu informacji. Jednak to właśnie ta „ślepotą radia” w epoce komiksów, internetu i dominacji telewizji rozwija w nas wyobraźnię⁷⁸. Nie można jednak przesadzić w tym kompensowaniu braku obrazu słowami, gdyż efekt może być przeciwny do zamierzonego. Nie można „zameczyć” słuchacza słowami. W radiu istotna jest **ekonomizacja wypowiedzi**, czyli oszczędność w doborze słów, jasność i zwięzłość wypowiedzi. „W formie przekazu pozbawionego wizji słowa stają się „balastem”. Oszczędnego słowa domaga się też natura mikrofonu. „Mikrofon to wróg słowa, słowa w mikrofonie pęcznieją”⁷⁹. Słowo winno być skondensowane. Powinno być jak najtreściwsze, a zarazem powinno być tych słów jak najmniej. Autorka odnosi te uwagi do literackiej sztuki radiowej i zestawia z prozą utrwaloną na piśmie. Zasadę ekonomizacji można jednak uznać za cenną wskazówkę dla każdej wypowiedzi radiowej (komunikatu, komentarza, moderacji radiowej, serwisu informacyjnego itp.).

Z awizualnością radia wiąże się jeszcze jedna, szczególna jego cecha. Mówi się o **intymności** radia. Jest to takie medium, „w którym nadawca i odbiorca funkcjonują w dużej bliskości, bez możliwości widzenia się nawzajem”⁸⁰. Piotr Wojciechowski pisze o „radiowej obecności intymnej” i stwierdza, że „niektóre programy polegające na telefonicznej łączności ze słuchaczami prowadzone są tak, że potrafią zachować ciepło prawdziwego spotkania”⁸¹. Jego zdaniem „poczucie obecności jest dzięki wyobraźni łatwiejsze, ciekawsze i rzetelniejsze w radio niż w telewizji”⁸². Wiktor Legowicz twierdzi natomiast, że „siłę oddziaływania radia jako środka przekazu dodatkowo wzmocnił element pewnej intymności odbioru. Intymny czy spokojny głos przekazującego treści, intymna, domowa atmosfera, w której są one odbierane ma zasadniczy wpływ na stopień przyswajalności podawanych treści”⁸³. McLuhan z kolei pisze, że „radio działa na większość ludzi w sposób intymny, osobisty, nawiązując nie porozumienia między autorem i lektorem tekstu a słuchaczem. Osobiste, prywatne przeżycie - oto

⁷⁷ Markiewicz Wojciech, Radio... , dz. cyt., s. 287

⁷⁸ Por. Tamże, s.291-292

⁷⁹ Laskowicz Krystyna, Świat za..., dz. cyt., s. 8

⁸⁰ Markiewicz Wojciech, Radio... , dz. cyt., s. 290

⁸¹ Wojciechowski Piotr, Głosy..., dz. cyt., s. 44

⁸² Por. Tamże

⁸³ Legowicz Wiktor, Radio ulotność słowa?, WSiP, Warszawa 1986, s. 5-6

najoczywistsza cecha radia”⁸⁴.

Awizualność radia sprzyja wreszcie przekazywaniu tego wszystkiego, co jest awizualne i aikoniczne. Radio bardziej koncentruje na słowie i myśli, podczas gdy istotą przekazu telewizyjnego jest obraz⁸⁵. Radio „łatwiej [niż telewizja] przekazuje metafizykę, poezję, rozważania abstrakcyjne, klasykę dramatu i literatury”⁸⁶.

Do natury radia należy również **masowość** jego przekazu. To odróżnia radio od telefonu. Nadawca może być tutaj jednostkowy (np. prezenter radiowy), ale zakłada się masowego, zwielokrotnionego odbiorcę. W komunikowaniu masowym nadawca i odbiorca nie stykają się ze sobą bezpośrednio, nie nawiązują kontaktu „twarzą w twarz”. Ich kontakty są zazwyczaj bezstycznościowe. Zwykle nie ma również dwustronności komunikacji, ponieważ przekaz dokonuje się od raz określonego nadawcy do odbiorców, bez odwrotności. Wyjątkiem są tutaj interaktywne audycje z telefonicznym udziałem słuchaczy, będące swoistym połączeniem radia i telefonu. Reakcja zwrotna w sytuacji komunikowania masowego ograniczana jest przez niemożność bezpośredniej odpowiedzi, braku kontaktu z nadawcą⁸⁷. Te określenia przynależne komunikowaniu masowemu zaliczają radio do mediów masowych. Ale to jeszcze nie jest wystarczające określenie natury radia. Nie wystarczy to do jego odróżnienia od płyty kompaktowej, która także jest audytywna i masowa.

Bardzo ważnym elementem definicji radia jest **czasowa współobecność nadawcy i odbiorcy** w jego przekazie. W radio nadawca i odbiorca funkcjonują w tym samym czasie. Można też mówić o **ulotności** przekazu radiowego, ponieważ nie jest on utrwalany i przemija w czasie równie szybko, co zdążył zaistnieć. W przypadku płyty, kasety magnetofonowej czy innego nośnika dźwięku mamy do czynienia z przekazem utrwalonym, z zapisem utworu muzycznego czy ludzkiej mowy. Słuchacze radia nie mogą w tak dowolny sposób dysponować tym medium. Radio posiada mniejszą dyspozycyjność niż płyta kompaktowa. Audycji radiowej można posłuchać tylko raz w czasie określonym przez nadawcę. Słuchacz nie jest w stanie wedle upodobania powtórnie wysłuchać audycji w celu dokładniejszego przemyślenia treści, chyba że zostanie ona powtórzona przez nadawcę. Ta ulotność przekazu zwiększa jednak wiarygodność radia

⁸⁴ McLuhan Marshall, Wybór pism, dz. cyt., s.151

⁸⁵ Żórawki Kazimierz, Technologia programu telewizyjnego w: Bauer, Chudziński, Dziennikarstwo..., dz. cyt., s.297

⁸⁶ Wojciechowski Piotr, Głosy..., dz. cyt., s. 42

⁸⁷ Por. Głodowski Włodzimierz, Komunikowanie... , dz. cyt. s. 48

zwłaszcza w przypadku transmisji, relacji, wywiadów na żywo czy audycji z telefonicznym udziałem słuchaczy. To, co ktoś mówi przez radio w danym czasie, dociera w tym samym czasie do słuchającego odbiorcy.

Zatem przy określaniu istoty radia nie można pominąć jego konstytutywnych cechy, czyli audytywności, awizualności, masowości przekazu i czasowej współobecności nadawcy i odbiorcy. Z tych podstawowych jego cech wynikają inne jak intymność, ekspresyjność, wyobrażeniowość itp⁸⁸. Definicje, które powszechnie spotykamy opisują radio jako środek techniczny. „Radio to środek masowego przekazu wykorzystujący fale radiowe za pomocą których treści słowne i muzyczne docierają do aparatu radiowego odbiorcy”⁸⁹. Można zaproponować taką definicję radia, która stawiałaby na uboczu techniczną i materialną stronę tego środka przekazu. Ta definicja brzmiałaby tak: **radio to środek masowego komunikowania, w którym nadawca i odbiorca funkcjonują w czasowej współobecności, a którego przekaz jest audytywny i wyłącznie audytywny - a przede wszystkim awizualny**. Taka definicja pozostawia na uboczu kwestię techniczną przekazu, bo jak wiemy mianem radia można określić również media, które nie wykorzystują fal radiowych jak np. radiowęzły, czyli radia przewodowe⁹⁰ i radio internetowe⁹¹, w której sygnał dociera siecią komputerową. Sposób przekazu jest drugorzędny, istotne są cechy tego przekazu.

Są jednak pewne cechy radia, które nie są związane z **jego naturą**, ale raczej ze **społecznym odbiorem** radiowego przekazu. Odnoszą się one nie do medium jako takiego, ale do jego odbiorcy, do społecznych oczekiwań odbiorców wobec radia. Dotyczą również stopnia popularności tego medium i stylu jego słuchania. W tym sensie mówimy m.in. o radio wszechobecnym, medium towarzyszącym naszej codzienności oraz o wspólnototwórczej roli radia.

1.2.4. Radio medium towarzyszącym naszej codzienności

„Radio jest takim kanałem komunikacji, który nie wymaga, aby poświęcać mu specjalnie czas (jak w przypadku prasy czy telewizji). Słuchając radia można wykonywać inne czynności. Radio jest dla wielu ludzi **tłem ich codziennego życia** tak w pracy, w

⁸⁸ Por. Lepa Adam, Pedagogika..., dz. cyt., s.79

⁸⁹ Por. Interia.pl - Encyklopedia - Radio, <http://encyklopedia.interia.pl/>

⁹⁰ Por. Lepa Adam, Pedagogika..., dz. cyt., s. 73

⁹¹ Radio internetowe transmituje program w czasie rzeczywistym tzw. real time audio. por. Popularna encyklopedia massmediów, dz. cyt., s. 449

domu, jak i w podróży”⁹². „Radio z założenia jest medium elastycznym i tolerancyjnym, gdyż pozwala słuchaczowi na równoczesne wykonywanie innych czynności”⁹³. W minionym stuleciu nastąpiła istotna zmiana w sposobie i stylu korzystania odbiorców z radia. W latach międzywojennych zasiadano do odbiornika i słuchano audycji tak, jak dziś ogląda się telewizję. „Słuchanie radia było niegdyś czynnością zbiorową, od której pustoszały kościoły. Obecnie w czasach telewizji, korzysta się z niego indywidualnie” - pisze McLuhan⁹⁴. „Radio jest adresowane do pojedynczych, samotnych odbiorców, choć badania szacują jego publiczność na miliony”⁹⁵. Współcześnie „słuchanie radia jest ściśle związane z innymi zajęciami, np. z pracą, zabawą, spożywaniem posiłku itp. Dlatego odbiór danej audycji nie rozpoczyna się dokładnie z jej początkiem i nie kończy z jej zakończeniem. Początek słuchania danej audycji wyznacza rozpoczynające się w danej chwili zajęcie. Ponieważ słuchanie radia staje się w tych okolicznościach czynnością drugorzędną, twórcy programów radiowych zmuszeni są do stałej walki o uwagę słuchacza. Potęguje się bowiem wpływ czynności konkurencyjnych dla radia”⁹⁶. Dziś odchodzi się od jednego radia dla każdego, tworząc rozmaite formaty z określoną czasowo proporcją muzyki i słowa. Takie **radia formatowane** mają na celu zdobycie i przywiązanie do siebie określonej wiekowo - a także pod innym względem - grupy słuchaczy głównie w celach komercyjnych, dla uatrakcyjnienia danej rozgłośni dla reklamodawców. Miejsce tradycyjnej audycji jako podstawowej formy organizacji przekazu radiowego zajął tzw. przebieg godzinny (ang. hot clock), w którym z góry określa się ile czasu w danej godzinie przewiduje się na muzykę (z określeniem procentowym, o jaką muzykę chodzi), a ile na elementy słowne. Słuchacz radia formatowego może w każdej chwili włączyć radio i nie odniesie wrażenia, że na coś się spóźnił, że coś stracił. Hot clock jest w zasadzie podobny dla każdej godziny nadawania w przypadku radia formatowego. Obok radia formatowego zachowało się również radio nieformatowe, którego jednostką programową jest audycja⁹⁷. W Polsce takim radiem jest Polskie Radio. Przeobrażenia koncepcji współczesnego radia świadczy o tym, jak trudno

⁹² Jachimowski Marek, Oczekiwania społeczne wobec radia w: Transformacja radia w Polsce i na świecie (1990-1995), Materiały z konferencji naukowej zorganizowanej przez Zakład Dziennikarski Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach w dniach 23-24 listopada 1995 roku, Wydawnictwo Fundacja dla Wspierania Śląskiej Humanistyki, Katowice 1996, s. 258

⁹³ Markiewicz Wojciech, Radio - „świat z dźwięków”, dz. cyt., s. 293

⁹⁴ McLuhan Marshall, Wybór pism, dz.cyt., s.159

⁹⁵ Markiewicz Wojciech, Radio..., dz. cyt., s. 293

⁹⁶ Lepa Adam, Pedagogika..., dz. cyt., s. 76

⁹⁷ Por. Radio formatowe, Popularna encyklopedia..., dz. cyt., s. 449

dziś zdobyć uwagę słuchacza, jak trudno przywiązać go do jednej tylko stacji. Wybór tej czy innej stacji może być spowodowany nie tylko atrakcyjnością danego medium, ale prezentowanymi przez nie poglądami. Mówi się, że radio **wzmacnia istniejące już poglądy**. „Odbiorca słucha radia uważnie wtedy, gdy przekazywane treści zgadzają się z jego własnymi poglądami. Płyne z tego wniosek, że radio najczęściej wzmacnia istniejące już poglądy, opinie i postawy słuchacza”⁹⁸ - pisze bp Lepa. „Nawet podświadome, towarzyszące innym czynnościom słuchanie audycji (...) umacnia według wszelkiego prawdopodobieństwa bądź ugruntowuje istniejące upodobania lub antypatie”⁹⁹.

Radio jest medium towarzyszącym naszej codzienności nie tylko w znaczeniu towarzyszenia naszym czynnościom, ale także towarzyszenia przestrzennego. W ciągu dnia znajdujemy się w różnych miejscach. Najlepszym przykładem jest tutaj samochód, kiedy nasza uwaga jest pochłonięta głównie jego prowadzeniem, ze wszystkich mediów jedynie radio jest w stanie do nas dotrzeć ze swoim przekazem. Przemierzamy się, a radio może nam towarzyszyć wszędzie. Takiej cechy nie ma telewizja, posiada ją jednak gazeta, którą, tak jak radio, możemy zabrać ze sobą.

Inną cechą współczesnego radia jest jego powszechność i **wszechobecność**. „Radio - z wszystkich środków masowego przekazu - jest najbardziej upowszechnionym i dostępnym medium na świecie. W 1992 roku na 1000 mieszkańców naszego globu przypadało 376 odbiorników radiowych, a odbiorników telewizyjnych - tylko 160. Znacznie mniejsza była natomiast liczba egzemplarzy gazet codziennych. W tym samym okresie przypadało ich tylko 113 na 1000 mieszkańców świata. W Polsce w analogicznym okresie na 1000 mieszkańców przypadało 435 odbiorników radiowych, 295 telewizyjnych i 156 egzemplarzy gazet codziennych”¹⁰⁰. Radio „jest częściej spotykanym środkiem masowego przekazu niż telewizja. Towarzyszy człowiekowi w wielu sytuacjach jego życia. Przyczyniła się do tego przede wszystkim miniaturyzacja aparatu odbiorczego. Jako mały tranzystorowy odbiornik, radio jest niemal wszędzie obecne: w poczekalni lekarskiej, w hali produkcyjnej, na ulicy, w lesie, w samochodzie”¹⁰¹. Powszechność tego wynalazku zauważa też McLuhan. „Z nadejściem telewizji radio poczęło zaspokajać

⁹⁸ Lepa Adam, *Pedagogika...*, dz. cyt. s.76

⁹⁹ Emmett Brian, *Radio i telewizja a upowszechnianie kultury w: Przekazy i opinie*, nr 1 (7), 1977, s. 101

¹⁰⁰ Jachimowski Marek, *Oczekiwania społeczne wobec radia*, dz. cyt., s. 258. Por. też dane z *Katholisches soziallexikon*, Syria, Tyrolia, 1980, s.1740-41.

¹⁰¹ Lepa Adam, *Pedagogika...*, dz. cyt. s.77

indywidualne potrzeby ludzi w różnych porach dnia, o czym świadczą odbiorniki w sypialniach, łazienkach, kuchniach, samochodach, a od pewnego czasu nawet w kieszeniach”¹⁰².

Zatem możemy podsumować: sposób słuchania radia zmienił się: ze zbiorowego na indywidualny, z wyłącznego na towarzyszący innym czynnościom, wreszcie z elitarnego charakteru na powszechny i wszechobecny, a to głównie ze względu na niskie koszty radioodbiorników i stopień ich miniaturyzacji.

1.2.5. Wspólnototwórcza rola radia

Na początku zapytajmy, jakie są społeczne oczekiwania wobec radia? „Uniwersalność radia jako medium rodzi w stosunku do niego wielorakie oczekiwania, wynikające przede wszystkim z jego powszechności i możliwości. (...) Odbiorcy radia z racji jego powszechności i ogólnej dostępności są wewnątrznie zróżnicowani - mają specyficzne oczekiwania”¹⁰³. Te oczekiwania to: (1) edukacyjne, kulturotwórcze i popularnonaukowe, (2) oczekiwania co do jakości odbioru programów, (3) potrzeba szybkiej, aktualnej i ciągłej informacji, (4) szeroko rozumianej rozrywki. „Szczególne miejsce zajmuje tu jednak (5) muzyka. To ona czyni z radia medium, które może być odbierane prawie w każdej sytuacji - zarówno wtedy, kiedy słuchacz pracuje jak i wówczas, gdy odpoczywa. Radio najmniej męczy i absorbuje odbiorcę”¹⁰⁴. Radio przewyższa telewizję częstotliwością i zwięzłością informacji oraz szybkością ich przekazywania¹⁰⁵. Najszybciej ze wszystkich mediów dociera z informacją. Dostrzegał to McLuhan: „radio stało się nerwowym systemem informacyjnym (...) przyspiesza przepływ informacji (...) za sprawą radia świat kurczy się do rozmiarów wioski, w której panuje niezaspokojony głód plotek, pogłosek i osobistych złośliwości”¹⁰⁶. Informacyjna rola radia zdaje się dominować nad rolą rozrywki, choć współcześnie można też mówić o połączeniu rozrywki, sensacji i informacji w nową jakość zwaną infotainment, czyli o informacji będącej rozrywką i sensacją jednocześnie¹⁰⁷.

Radio wywiera duży wpływ na społeczeństwo. Wystarczy podać przykład Hitlera, który wykorzystywał radio dla budowania totalitaryzmu niemieckiego oraz wspomnieć

¹⁰² McLuhan Marshall, Wybór..., dz. cyt., s.159

¹⁰³ Jachimowski Marek, Oczekiwania społeczne..., dz. cyt., s. 258

¹⁰⁴ Tamże, s. 260

¹⁰⁵ por. Lepa Adam, Pedagogika..., dz. cyt., s. 76

¹⁰⁶ Por. McLuhan Marshall, Wybór..., dz. cyt., 150

¹⁰⁷ Por. Bauer Zbignien, Gatunki dziennikarskie w: Dziennikarstwo i świat mediów..., dz. cyt., s.166

audycję Orsona Wellsa „Wojna światów” z 1938 roku. Radio potrafi tworzyć wokół siebie wspólnotę, wspólnotę nieformalną słuchaczy, miłośników jakiegoś pasma czy audycji np. Listy Przebojów Programu III lub formalną jak np. Rodzina Radia Maryja. Dla tego ostatniego przykładu wspólnototwórczy charakter radia nabiera również cech eklezjotwórczych, a innym przykładem jest radiowa msza z kościoła św. Krzyża w Warszawie. Ks. Jachimczak pisze w 20 rocznicę powstania radiowej mszy świętej w Polskim Radio, że „przez te 11 lat, od pierwszej Mszy Świętej radiowej, powstała jakby jakaś nowa gigantyczna parafia”¹⁰⁸. Radio może tworzyć wokół siebie wspólnotę zarówno totalitarną (w służbie hitleryzmu), jak i religijną (w służbie wiary chrześcijańskiej). McLuhan pisze, że radio ma „naturalną skłonność do tworzenia ścisłych więzów z najrozmaitszymi grupami słuchaczy”¹⁰⁹ oraz w innym miejscu, że „potrafi psychikę jednostki i całe społeczeństwo zamienić w jeden wielki rezonator”¹¹⁰. Podaje przykład Platona, który mówił, że wielkość miasta wyznacza liczba ludzi mogących bezpośrednio słuchać jednego mówcy. Dziś Platon mógłby przemawiać do prawie całego świata. Komentuje to McLuhan: „radio dzięki łatwości, z jaką wchodzi w bezpośredni kontakt z jednostkami i małymi społecznościami może jeszcze bez trudu doprowadzić do realizacji marzenia politycznego Platona w skali ogólnoswiatowej”¹¹¹. Jednak wg McLuhana radio sprzyja przede wszystkim decentralizacji i pluralizmowi w łonie dużych społeczeństw, jednocząc mniejsze społeczności w obrębie danego regionu czy miasta. Rozwój lokalnych rozgłośni na świecie i zjawisko jednoczenia przez nie małych wspólnot potwierdza tę tezę McLuhana. Jest to również ogromna szansa dla Kościoła, zwłaszcza lokalnego.

1.3. Siła słowa

Słowo mówione ma swoją dynamikę. Traci ją, kiedy zostanie zapisane. O tej sile słowa mówionego byli przekonani m.in. św. Jan od Krzyża, Martin Heidegger, Walter Ong i ks. Józef Tischner. Podkreślali, że oprócz tego, *co się mówi*, nie mniej ważne jest *jak się mówi*, jak słowo zostało powiedziane. Niektórzy uważali, że ten drugi aspekt jest ważniejszy.

¹⁰⁸ Por. Jachimczak Józef, Radiowa parafia w: http://www.arka.katowice.opoka.org.pl/biblioteka/Z/ZM/20_mszaradiowa.html, 01-02-08

¹⁰⁹ Por. McLuhan Marshall, Wybór..., dz. cyt., s. 159

¹¹⁰ Tamże, s. 151

¹¹¹ Tamże, s. 159

1.3.1. Co i jak się mówi

„Znakomitymi znawcami siły słowa są mistycy”¹¹² - uważa ks. Józef Tischner. „Cała chrześcijańska mistyka obraca się wokół tajemnicy mowy. Skoro na początku było Słowo, to znaczy, że wszędzie na początku każdego dzieła jest ‘słowo’. Wszystko, co dzieje się między człowiekiem i Bogiem, obraca się wokół mowy, a nie wokół obrazu. Mowa jest tu jednak pojęta szczególnie: mniej ważne jest to, co się mówi, a ważniejsze jak się mówi”¹¹³. Tischner dostrzega te dwa istotne aspekty słowa mówionego stawiając ten drugi - *jak się mówi* nad samą treścią mowy - *co się mówi*. „Który aspekt jest ważniejszy? Weźmy pod uwagę proste zdanie: ‘gdzie idziesz’. Zdanie to może brzmieć jak pytanie. Może jednak również brzmieć jako ostrzeżenie i zakaz w sensie: ‘no gdzie się pchasz’. Tak więc nie ‘obiektywny sens’, lecz sposób podania sensu jest tu istotny. W teologii mistycznej istotne nie jest to, co się mówi, ale jak się mówi. To bowiem, co jest do powiedzenia w sprawach nadprzyrodzonych i tak pozostaje niewypowiedziane. To natomiast, jak się mówi, stwarza więź pomiędzy mówiącym a słuchaczem. Istotne więzi religijne wyłaniają się z ‘jak’ a nie z ‘co’”¹¹⁴. To, co Tischner odnosi do mowy religijnej, teologicznej ma zastosowanie do każdego tematu mowy, do każdej mowy człowieka z drugim człowiekiem. Bezpieczniej jest jednak nie przekreślać zupełnie treści przekazu werbalnego. Nie wolno jednak zapominać o sposobie podania tej treści, który często rzutuje na samą treść. Podobnego zdania co ks. Tischner jest Wojciech Markiewicz, tak komentujący wyżej cytowany fragment: „Nie obiektywny sens jest zatem istotny, lecz sposób podania sensu, intencja. Dzięki owej intencji i przez nią dokonuje się przekaz wartości”¹¹⁵. Jednak lepiej byłoby powiedzieć tak: w komunikacji werbalnej i audytywnej **zarówno treść przekazu jak i sposób przekazu tej treści są istotne**. To usuwa niebezpieczeństwo przekreślania treści na rzecz sposobu jej podania. Trzeba być jednak świadomym tego drugiego aspektu. To „jak coś powiem” istotnie wpływa na to „co chciałem powiedzieć”. Niezwykle trudno jest powiedzieć coś przekonującego, jeśli samemu nie jest się przekonany. Słuchacz wychwyci, że w sposobie podania treści zabrakło pewnej dynamiki i entuzjazmu. W takiej wypowiedzi intencja wchodzi w konflikt z treścią - ktoś nie wierzy w to, co mówi. Nie można również przekazywać wiary, jeśli nie jest się wierzącym. Niewierzący nie będzie mówił jak wierzący, choć mógłby i

¹¹² Tischner Józef, Siła słowa w: Radio szanse i wyzwania, Materiały konferencji „Kulturotwórcza rola radia” Kraków 14-15 lutego 1997, s. 102

¹¹³ Tamże

¹¹⁴ Tamże

godzinami rozprawiać o sprawach wiary. „Poprzez ‘jak’ dokonuje się przekaz wartości, wprowadzenie w dobro. To ‘jak’ decyduje o tym, czy mówię ‘do kogoś’, ‘przeciw komuś’ czy ‘z kimś’. Mowa religijna w najgłębszym znaczeniu tego słowa nie jest mową ‘przeciw komuś’ ani ‘do kogoś’, lecz przede wszystkim mową ‘z kimś’. Tak oto dotykamy miejsca z którego wyrasta ‘siła słowa’”¹¹⁶.

1.3.2. Mowa substancjalna

„Pojęcie *siła słowa* pochodzi od św. Jana od Krzyża. Opisuje on szczególne przeżycie religijne, w którym człowiek ‘słyszy’ słowa Boga ku niemu kierowane. Bóg ‘mówi’ bezpośrednio do duszy. Pośród słów do duszy skierowanych na szczególną uwagę zasługują te, które nie tyle opisują to, co kryje się w duszy człowieka, ile stwarzają w niej coś, czego nie było. Św. Jan od Krzyża nazywa je słowami ‘substancjalnymi’”¹¹⁷. Choć św. Jan od Krzyża pisał o słowach substancjalnych rozumując je jako słowa nadprzyrodzone, czyli takie, „które słyszą w duchu osoby wewnętrzne bez pośrednictwa jakiegokolwiek zmysłu cielesnego”¹¹⁸, możemy odnieść jego rozważania również do słów słyszanych zmysłowo. Słowa substancjalne to takie, które „wdrażają w duszę to, co oznaczają. Gdyby na przykład Pan Bóg powiedział duszy: *Bądź dobra*, natychmiast substancjalnie stałaby się dobra. Gdyby powiedział: *Kochaj mnie*, posiadłaby i odczuła w sobie natychmiast istotę miłości Bożej. Gdyby jej wśród trwogi powiedział: *Nie lękaj się*, natychmiast odczułaby w sobie spokój i odwagę. *Słowo królewskie* - mówi mędrzec - *ma moc* (Koh 8,4). Sprawia też w duszy rzeczywiście to, co oznacza. Daje to poznać Król Dawid gdy mówi *Oto wydał głos swój, głos potężny* (Ps 68, 34). Tak uczynił [Bóg] z Abrahamem, gdy mu powiedział *Służ Mi i bądź nieskazitelny* (Rdz 17,1). Abraham rzeczywiście stał się nieskazitelny, czyli doskonały. I zawsze chodził w obecności Bożej. Taką moc miały również słowa Chrystusa, jak czytamy w Ewangelii, bo uzdrawiał nimi natychmiast i wskrzeszał umarłych”¹¹⁹. To, co św. Jan od Krzyża odnosi do słuchania duchowego można w ograniczonym stopniu przyjąć w każdym ludzkim słuchaniu. Słowa mogą w nas coś spowodować, także rozpocząć wiarę, choć dokonuje się ona wewnątrz duszy człowieka i w niej słyszy on głos Boga nie poprzez zmysł słuchu, lecz słuchem wewnętrznym. Wiara wymaga w pewnym etapie ogołocenia, zamknięcia się na wszystko

¹¹⁵ Markiewicz Wojciech, Radio - „świat z dźwięków”, dz. cyt., s. 288

¹¹⁶ Tischner Józef, Siła słowa..., dz. cyt., s. 103

¹¹⁷ Tamże

¹¹⁸ Św. Jan o Krzyża, Droga na górę Karmel, Wydawnictwo Karmelitów Bosych, Kraków 2001, s. 253

¹¹⁹ Tamże 266-267

co dotyczy zmysłów¹²⁰. Św. Jan nazywał ten etap „nocą zmysłów”. Jednak dostrzega on na innym miejscu komentując św. Pawła i pisząc o słuchaniu nauki Kościoła, że „wiara wnika w nas przez zmysł słuchu”¹²¹. Również ks. Tischner odnosi refleksję św. Jana do mowy zmysłowej - odbieranej przez zmysł słuchu - podając takie przykłady: „Oto jakiś zalekniony człowiek słyszy słowa: *nie bój się*. Natychmiast niewysłowiony pokój ogarnia jego duszę. Albo słyszy: *miłuj mnie* i czuje, jak miłość ogarnia wszystko, czym jest. W obu przykładach treść wypowiedzi i sposób wypowiedzi pokrywają się. Ale to nie treść, lecz sposób wypowiedzi wprowadza słuchacza w świat pokoju i miłości. Chrystus po zmartwychwstaniu mówi do Marii Magdaleny: *Mario*. Wtedy Maria go rozpoznaje. Możemy się domyślać, że o rozpoznaniu zdecydował sposób wypowiedzi”¹²². Kiedy ukochana mówi do swego ukochanego *kocham Cię*, to czy nie sprawia, że jego duszę ogarnia miłość? Zapewne tak. Mówienie *kocham cię* może być pusta deklaracją, ale wypowiedziane całym sobą, z intencją i przekonaniem, głosem pewnym i pełnym miłości daje słuchaczowi tego komunikatu silne odczucie wewnętrzne - wiem, że mnie kochasz i prowokuje odpowiedź: *Ja też Cię kocham*.

Zagadnieniem mowy substancjalnej zajmował się również Martin Heidegger. „Od Heideggera wynieść można (...) rozróżnienie języka mówionego (czyli: języka radia) od języka pisanego. Sens bowiem ma tylko mówienie związane z obecnością mówiącego. (...) Mowa substancjalna stwarza fakty, nazywając rzeczy”¹²³. Heidegger twierdził, że „źródłem upadku jest obumieranie podmiotu mówienia. W gadaniu nie ma tego, kto mówi, a jest tylko to, że ‘się mówi’. Zamiast ‘ja mówię’, jest ‘się mówi’. ‘Się’ znaczy wszyscy i nikt”¹²⁴. „Heidegger wysunął zarzut pod adresem mowy (zarzut, który można odnieść do wielu rozgłośni radiowych). (...) Oto w naszych czasach mowa znalazła się w upadku i stała się ‘gadaniną’. O czymś się gada, ale nie gada się tego, o czym się gada”¹²⁵.

Oprócz tych dwóch aspektów: co się mówi i jak istotne jest także: kto mówi. To autorskie „ja” słowa ma istotny związek z „jak się mówi”. „Ja” to bowiem pewien świat wartości, odczuć, doświadczeń, które rzutują na sposób wypowiedzi. Dość często ogranicza się w radiu rolę autorskiego ja, zwłaszcza w serwisach informacyjnych. Być może dlatego mamy często wrażenie czczej gadaniny u prezenterów, którzy dążą do

¹²⁰ Por. Tamże 177

¹²¹ Por. Tamże 251. Do tego zagadnienia - fides ex auditu - nawiązuje § 2 drugiego rozdziału.

¹²² Tischner Józef, Siła..., dz. cyt., s. 103

¹²³ Markiewicz Wojciech, Radio - „świat z dźwięków”, dz. cyt., s. 287

¹²⁴ Tischner Józef, Siła..., dz. cyt., s. 102

pozbycia się własnej indywidualności przekazu.

1.3.3. Dynamika słowa

Inne spojrzenie na zagadnienie siły słowa mówionego ma Walter Ong, badacz oralności i piśmienności. W rozdziale poświęconym psychodynamice słowa mówionego pisze: „nie dziwi (...) przekonanie bliskie na ogół ludom pierwotnym, że słowa mają wielką moc. Dźwięk nie może rozbrzmiewać bez użycia siły. Myśliwy może przyglądać się bawołu, wachać go, smakować, dotykać, o ile ten pozostaje całkowicie nieruchomy czy martwy. Kiedy jednak słyszy dźwięk bawołu, musi mieć się na baczności, bowiem coś się dzieje. W tym sensie każdy dźwięk, a szczególnie wypowiedź oralna, pochodząca z wnętrza żywego organizmu, jest ‘dynamiczna’. Fakt, że ludy oralne uważają zazwyczaj, a prawdopodobnie powszechnie, że słowo ma moc magiczną, wiąże się wyraźnie, choćby nieświadomie, ze skojarzeniem słowa z mówieniem, z brzmieniem, z używaniem siły. Człowiek typograficzny przestał myśleć o słowach w kategorii wypowiedziania, w kategorii zdarzeń, a więc pozostających w związku z siłą. Słowa przypominają mu raczej rzeczy ‘tam’, na powierzchni, na płaszczyźnie. Takie ‘rzeczy’ (...) nie są działaniem, są czymś martwym, choć zdolnym do dynamicznego zmartwychwstania”¹²⁶. Ong przypomina również, że hebr. określenie *dabar* znaczy „słowo” oraz „zdarzenie” oraz, że dla ludów oralnych język jest sposobem działania, a nie odpowiednikiem myśli¹²⁷. „Ludzie oralni uważają też zwykle, że imiona (...) mają władzę nad rzeczami. Egzegeza fragmentu o nadawaniu imion zwierzętom przez Adama (... Rdz 2,20) zazwyczaj traktuje pobłażliwie to, jak się uważa, osobliwe starożytne przekonanie. (...) Nazwy rzeczywiście dają istotom ludzkim władzę nad nazywanymi rzeczami. (...) Człowiek cyrograficzny i typograficzny [natomiast] ma skłonność do myślenia o nazwach jako etykietkach pisanych lub drukowanych metkach przyczepionych w wyobraźni do nazywanego przedmiotu”¹²⁸. W innym miejscu Ong pisze: „uwarunkowania słowa w tekście i w dyskursie mówionym różnią się zasadniczo. (...) Pisane słowo jest odizolowane od szerokiego kontekstu, w którym rodzi się słowo mówione. (...) Słowo jest częścią realnej, egzystencjalnej, mówionej teraźniejszości. Wypowiedź mówioną przekazuje realna, żywa osoba innej realnej żywej osobie lub realnym, żywym osobom, w określonym czasie, w rzeczywistym

¹²⁵ Tamże, s.101

¹²⁶ Ong Walter, *Oralność...*, dz.cyt., s.56-57

¹²⁷ Por. Tamże, s.56

¹²⁸ Tamże, s. 57. Ong posługuje się dwoma pojęciami: cyrograficzny i typograficzny. Człowiek lub kultura cyrograficzna - to człowiek (kultura) pisma. Typograficzny - druku.

środowisku obejmującym zawsze znacznie więcej niż tylko słowa. Słowa mówione są zawsze modyfikowane całą sytuacją, która jest więcej niż werbalna. Nie pojawiają się nigdy same, po prostu w kontekście słów. Słowa w tekście są natomiast osamotnione¹²⁹. Całą tę kwestię można zamknąć jedną z wielu lapidarnych formuł Onga: „Litera bowiem zabija, Duch [oddech, który przenosi słowo mówione - uw. Walter Ong] zaś ożywia (2 Kor 3, 6)”¹³⁰.

Wszystkie powyższe wypowiedzi mają przemawiać na rzecz słowa mówionego oraz radia jako m.in. miejsca, gdzie za pomocą mowy dokonuje się przekaz. Skoro słowa mają znaczenie egzystencjalne, wymagają również odpowiedniej dyspozycji u słuchacza. „Należy rozróżnić zwykłe „słuchanie uchem”, obojętne przyjmowanie do wiadomości od „słuchania egzystencjalnego”, w które zaangażowany jest cały człowiek. Słuchanie z zaangażowaniem oznacza gotowość przyjęcia słowa i umieszcza go w środku życia tak, że wypełnia ono myślenie i działanie człowieka”¹³¹. Zatem to kolejny etap słuchania¹³² - **słuchanie egzystencjalne**, angażujące całą osobę ludzką w to, co się słyszy. Takie słuchanie również może mieć miejsce przy odbiorze programów radiowych zwłaszcza audycji filozoficznych i religijnych. Może więc, dzięki radiu, nastąpić przekaz wartości, a w tym wiary.

¹²⁹ Tamże, s. 141

¹³⁰ Tamże, s. 109

¹³¹ Wywiad z ks. Ireneuszem Folcikiem, wykładowcą homiletyki w WSD w Rzeszowie w: www.wsd.rzeszow.pl/new/new1/folcik.html, 01-03-13, s. 2

¹³² Por. Słuchamy i słyszymy § 1 tego rozdziału niniejszej pracy.

2. Wiara rodzi się ze słuchania

Na początku trzeba się zastanowić czym jest wiara, a potem czym jest jej przekazywanie. Można powiedzieć, że wiara jest bliska komunikacji, a nawet, że jest komunikacją. Wiare, tak jak i komunikację, możemy pojmować jako *quae* i *qua*, jako depozyt i przekazywanie, jako komunikat i komunikowanie. Angielskie słowo *communication* ma dwa tłumaczenia. *Communication* to **komunikowanie**, lecz bywa, że słowo to oznacza przedmiot komunikowania, czyli **komunikat**. Podobnie jest ze słowem *message* - przekaz, ale zdarza się, że i przekazywanie - czynność komunikowania¹³³.

Kościół ukazuje Chrystusa jako najdoskonalszy wzór ludzkiej komunikacji. Dostrzega massmedia jako nową formę przekazywania wiary, choć do końca jeszcze nie zbadaną, ale formę, w której Kościół powinien się odnaleźć, jeśli chce skutecznie docierać do współczesnego odbiorcy ze swoim przekazem. Powinien chociażby ze względu na rolę, jaką środki przekazu odgrywają we współczesnym świecie.

Wiara rodzi się ze słuchania - pisze św. Paweł (por. Rz 10, 17). Jak słuchanie rozumie Biblia? Można powiedzieć jako postawę wewnętrznego otwarcia na przekaz - postawę słuchacza. Z tej postawy ma wynikać posłuszeństwo, czyli postępowanie zgodne z tym, co się usłyszało. Tak można rozumieć tę lapidarną pawłową zasadę *fides ex auditu* jako postawę otwarcia całym sobą, postawę egzystencjalnego słuchania, a w konsekwencji posłuszeństwa. Można ją rozumieć także dosłownie: jako aktywne odbieranie uchem, audytywny sposób przyjmowania werbalnego komunikatu wiary ze strony tych, co uwierzyli - świadków wiary. W chrześcijaństwie słuchanie jest rozumiane i przenośnie, i dosłownie. Wiara rodzi się dzięki łasce Bożej oraz ze względu na otwartą postawę, chęć przyjęcia wiary, ale także poprzez uważne słuchanie czytanych w Kościele fragmentów Pisma Świętego, głosu kazań i świadectw.

Powstaje też pytanie o współczesnego słuchacza słowa Bożego. Co zrobić, żeby zainteresować go wiarą? Jak dalece i czy warto dostosowywać się do jego wymagań, mówić to, co chce usłyszeć? A może raczej z całą stanowczością głosić „naukę w porę i nie w porę” (por. 2 Tm 4,2)? Ten radykalizm może być paradoksalnie atrakcyjny dla odbiorcy znuzonego łatwym słowem płynącym z mediów. Człowiek szuka słowa głębokiego, słowa, które zmieni jego życie, stanie się dlań wyzwaniem i drogowskazem, prawdziwie zaspokoi jego duchowe potrzeby, które nie będzie tylko schlebaniem jego

¹³³ Por. Płachecki Marian, Słowo wstępne w: Hall Edward T., Bezgłośny język, Państwowy Instytut

gustom i wymaganiom.

2.1. Przekazywanie wiary

Czy wiarę można przekazywać? Czy można ją przekazywać za pomocą massmediów? W temacie tej pracy nie ma tak charakterystycznych dla współczesnej refleksji teologicznej terminów jak ewangelizacja czy preewangelizacja. Pojawia się za to inny termin: **przekazywanie wiary** albo **komunikacja wiary**. Są one nieco szerszymi pojęciami od ewangelizacji. Ponieważ jednak mowa głównie o przekazywaniu wiary chrześcijańskiej można między tymi pojęciami postawić znak równości (przekazywanie wiary chrześcijańskiej = ewangelizacja). Zaczniemy jednak od tego, czym jest wiara, by potem skoncentrować się na jej przekazywaniu.

2.1.1. Osobowa definicja wiary

„Wiara jest podstawowym stosunkiem człowieka do Boga, pierwszą z trzech postaw - cnót, wiążących człowieka z Bogiem, zwanych z tej racji cnotami teologicznymi. (...) Całe Pismo Święte - źródło Objawienia - jest księgą wiary: zapisem Objawienia przyjmowanego z wiarą przez człowieka. (...) Jest ona aktem ludzkiej osoby, a jednocześnie darem Bożym. Ma charakter społeczny. Ulega rozwojowi tak w życiu poszczególnych ludzi, jak w dziejach całego Kościoła”¹³⁴. Sobór Watykański II przyjmuje personalistyczną definicję wiary podkreślając, że jest ona aktem całej osoby oddającej się osobowemu Bogu. Wiara nie jest uczuciem religijnym, nie sprowadza się do emocji. Nie jest także działaniem rozumowym, intelektualnym przyjmowaniem prawdy z zewnątrz. Przez wiarę - jak naucza Sobór - „człowiek z wolnej woli cały powierza się Bogu, okazując pełną uległość rozumu i woli wobec Boga objawiającego się i dobrowolnie uznając Objawienie przez Niego dane”¹³⁵. **W wierze zawsze chodzi bardziej o „kogoś” niż o „coś”**. „Wiara w najogólniejszym sensie to przyjęcie w sposób wolny wypowiedzi jakiejś osoby ze względu na zaufanie, którym się ją obdarza. (...) W wierze zawsze chodzi **o stosunek między osobami**, który całkowicie jest uzależniony od wiarygodności tego, któremu się wierzy. Wiara w tym sensie różni się od wiedzy opartej na dowodach i od bezpodstawnego paradoksu ‘ślepego’ zaufania”¹³⁶.

„W pojęciu wiary teologia odróżnia aspekt obiektywny, czyli prawdę objawioną

Wydawniczy, Warszawa 1987, s.12-13

¹³⁴ Słownik Teologiczny, Księgarnia św. Jacka, Katowice 1989, s. 356

¹³⁵ KO 5

¹³⁶ Rahner Karl, Vorgrimler Herbert, Mały słownik teologiczny, Pax, Warszawa 1987, s. 533-534

podaną do wierzenia (*fides quae*) i aspekt subiektywny, czyli osobiste zawierzenie Bogu (*fides qua*). Wiara jest możliwa przy pomocy Ducha Świętego (...) a polega na daniu zupełnie wolnej, rozumnej i całkowitej odpowiedzi, przez którą wyznajemy prawdę o Bożym objawieniu dokonanym ostatecznie w Jezusie Chrystusie (...), posłusznie oddajemy samych siebie i powierzamy naszą przyszłość Bogu”¹³⁷. Jednak to nie prawda podana do wierzenia jest najważniejsza w Objawieniu, ale sam Bóg podający tę prawdę, dzięki temu „Objawienie ma charakter personalny. Bóg objawia nie tylko ‚prawdy’, ‚coś’, ale na pierwszym miejscu ‚samego siebie’”¹³⁸. Podobnie czytamy w Katechizmie Kościoła Katolickiego: „Wiara jest najpierw osobowym przyłgnięciem człowieka do Boga; równocześnie i w sposób nierozdzielny jest ona uznaniem całej prawdy, którą Bóg objawił”¹³⁹.

Pojęcie wiary bliskie jest zatem pojęciu komunikacji. W najprostszym modelu komunikacyjnym występują komunikatorzy: nadawca i odbiorca jak i komunikat. W wierze również dostrzegamy, że najpierw chodzi o kogoś: Boga i człowieka (komunikatorów, aby możliwa była komunikacja), a dopiero później o coś: prawdy objawione (komunikat).

Wiara nie polega na spotkaniu z czymś. Przyjęcie pewnych poglądów religijnych, pozytywne uczucia religijne, podniosły stan ducha nie są jeszcze wiarą. Spotkanie z osobowym Bogiem w swoim życiu i osobista przemiana tego życia to dopiero wiara. Spotkanie z czymś nie dawałoby wierze chrześcijańskiej takiej dynamiki jak to spotkanie osobowego Kogoś. Samemu nie jesteśmy w stanie tego spotkania wymusić. Mówi się, że jest ono łaską, darem Bożym. „Pierwszy impuls do wiary i gotowość do jej przyjęcia dane są dzięki łasce Bożej”¹⁴⁰. Człowiek decyduje, czy chce współpracować z Bogiem, decyduje całą swoją osobą, rozumem, uczuciami i wolą, ale to Bóg jest tutaj inicjatorem. Tak jak wiara jest spotkaniem Boga i człowieka, tak widać w niej te **dwa porządki: Boski i ludzki**. Z jednej strony łaska Boża, z drugiej - postawa i decyzja człowieka.

Wiara od początku przestaje być sprawą indywidualną. Chcemy się nią dzielić ze wspólnotą Kościoła, w której ją otrzymaliśmy oraz z tymi, którzy z różnych przyczyn są poza Kościołem. Tak oto dotykamy tematu przekazywania wiary.

¹³⁷ O’Collins Gerald, Farrugia Edward, *Zwięzły słownik teologiczny*, WAM, Kraków 1993, s.288

¹³⁸ Seweryniak Henryk, *Świadek i sens Teologia fundamentalna*, Płocki Instytut Wydawniczy, Płock 2001, s. 94

¹³⁹ KKK 150

¹⁴⁰ Głaz Stanisław, *Doświadczenie religijne a osobowość*, WAM, Kraków 2001, s.536

2.1.2. Wiara jest przekazywalna

Jako chrześcijanie wierzymy, że Bóg objawił się jako Stwórca świata i w historii jako Zbawiciel człowieka. Objawiał się w historii Izraela, kiedy prorocy byli rzecznikami głoszącymi wolę Bożą. W pełni objawił się w Jezusie Chrystusie, Synu Bożym. Głosicielami tego Objawienia stali się apostołowie, uczniowie Jezusa, świadkowie Jego zmartwychwstania, a następnie wszyscy, którzy na ich słowo uwierzyli w Jezusa, to znaczy wspólnota Jego wyznawców, czyli Kościół.¹⁴¹ Bóg zawsze szukał człowieka, wychodził do niego naprzeciw. Człowiek spotykał się z Bogiem, przyjmował to, co Bóg ma mu do przekazania, a towarzyszyła temu osobista przemiana człowieka tak silna, że postanawiał o tym opowiedzieć innym ludziom. Tak **z osobistego doświadczenia wiary rodziła się potrzeba jej przekazywania**. Powstaje pytanie: jak dzisiaj możemy spotkać Boga? W jaki sposób mogę doświadczyć osobiście spotkania z Chrystusem? Dla nas chrześcijan nie chodzi o spotkanie historycznego Jezusa, tylko o Chrystusa wiary. Możemy być pewni, że wiara pierwszych uczniów-świadków i wiara pokoleń żyjących po nich, a także i nasza jest tą samą wiarą¹⁴². Nie mamy tej możliwości, co pierwsi apostołowie i uczniowie Jezusa, ale moglibyśmy żyć w tej samej epoce, co Jezus, a nawet Go poznać, lecz mógłby to nie być dla nas Chrystus wiary. On sam mówił: „Błogosławieni, którzy nie widzieli, a uwierzyli” (J 20, 29). Jezus zresztą sam stawiał takie pytania swoim współczesnym: za kogo ludzie Mnie uważają? (por. Mt 16, 13-20 i in.). Chciał, aby dostrzegali w Nim przede wszystkim Chrystusa wiary. Dziś Bóg często posługuje się innymi ludźmi, którzy już uwierzyli, aby się objawić. Nasze spotkanie z Bogiem jest często spotkaniem z Jego świadkami.

W chrześcijaństwie ogromnego znaczenia nabierają **świadkowie wiary**. „Bóg nie objawia się (...) bezpośrednio jednostce - wiarygodnymi ze swej strony są świadkowie powołani przez samego Boga”¹⁴³. Od czasów Jezusa historycznego minęły ponad dwa tysiące lat i całe pokolenia świadków, które przecież „nie zobaczyły”, ale za to „uwierzyły” świadectwu poprzednich wyznawców. Świadectwo miało pierwotnie znaczenie sądowniczo-prawne. Tutaj mamy do czynienia ze świadectwem religijnym. „Teologia różnicuje je m.in. na świadectwo obecności chrześcijańskiej, dobrego przykładu, słowa, czynu (...). **Świadectwo słowa** definiuje się następująco: słowo, którym jedna osoba zaprasza inną osobę do przyjęcia czegoś za prawdę, polegając na tym

¹⁴¹ Por. Słownik Teologiczny, dz.cyt., s.360

¹⁴² Por. Rahner Karl, Podstawowy wykład wiary, Pax, Warszawa 1987, s.198-199

zaproszeniu jako na bliższej gwarancji prawdy, a na autorytecie tej osoby jako na dalszej jej gwarancji”¹⁴⁴. Przedmiotem świadectwa jest przekazywanie wartości. „Mamy więc określony temat świadectw, nie będą to tylko teologiczne informacje o Bogu i człowieku, lecz relacje o osobistym doświadczeniu spotkania z Bogiem żywym i działającym w Kościele”¹⁴⁵. Trwa zatem ten ciąg przekazywania doświadczeń, świadectw, żywy proces przekazywania wiary, zamierzony przez Boga. Bóg objawia się poprzez wydarzenia i ludzi, których spotkaliśmy, dzięki ich świadectwu.

Sobór Watykański II podejmuje w 2. rozdziale Dei Verbum zagadnienie przekazywania (łac. *transmissio*) Objawienia Bożego. Bóg "poleciał Apostołom, by Ewangelię przyobiecana przedtem przez proroków, którą sam wypełnił i ustami własnymi obwieścił, głosili wszystkim, [...] polecenie to zostało wiernie wykonane przez Apostołów, którzy nauczaniem ustnym, przykładami i instytucjami przekazali to, co otrzymali z ust Chrystusa, z Jego zachowania i czynów [...] Aby zaś Ewangelia była zawsze w swej całości i żywotności w Kościele zachowywana zostawili Apostołowie biskupów jako swych następców przekazując im swoje stanowisko nauczycielskie”¹⁴⁶. Kościół wypełniając to Boże przykazanie czuwa nad **depozytem wiary**. „Pan zlecił swemu Kościołowi misję strzeżenia depozytu wiary, którą wypełnia on w każdej epoce”¹⁴⁷. „Depozyt wiary (łac. skarb, skarbiec) to wszystko, co Bóg nam ostatecznie objawił przez Jezusa Chrystusa dla naszego zbawienia, a co uważa się za skarb powierzony Kościołowi do przechowywania, wyjaśniania i wiecznego głoszenia wszystkim ludziom aż do skończenia czasów”¹⁴⁸. Kościół formułuje dogmaty, czyli reguły wiary dla jej porządku i nienaruszalnej ciągłości poszukując nowego języka dla wyrażania tych samych treści religijnych stosownie do epoki i uwarunkowań kulturowych. Kościołowi zależy w równym stopniu na porządkowaniu nauki wiary i czuwaniu nad jej ciągłością, co na jej **żywotności**. „Konstytucja o Objawieniu Bożym nr 7 prowadzi w sam środek refleksji teologicznej na temat przekazu wiary oraz poznania wiary. Podkreśla Ewangelię - pierwsze źródło wiary dane przez Jezusa Chrystusa i wymienia te podstawowe elementy, które współdziałają w autentycznym przekazie

¹⁴³ Rahner, Vorgrimler, *Mały słownik...*, dz. cyt., s. 534

¹⁴⁴ Nowak Małgorzata, *Cechy językowe tak zwanych świadectw w: Funkcja słowa w ewangelizacji, Materiały z konferencji 6-8 maja 1998, Archidiecezjalne Wydawnictwo Łódzkie, Łódź 1998, s. 402*

¹⁴⁵ Tamże, s. 403

¹⁴⁶ KO 7

¹⁴⁷ Konstytucja Apostolska *Fidei depositum* w: KKK, dz. cyt., s. 5

¹⁴⁸ O'Collins, Farrugia Edward, *Zwięzły...*, dz.cyt., s. 59

Ewangelii. Idzie tu o Ewangelię żywą w każdorazowej terażniejszości¹⁴⁹. Kościół nie może zmienić treści, depozytu wiary. Dostrzega za to możliwość poszukiwania coraz to nowych i lepszych form przekazywania tej treści i depozytu, form żywych i dostosowanych do terażniejszości. Kościół stojąc na straży tego depozytu, czuwa również nad żywym, pokoleniowym przekazywaniem wiary. Trudno w tym miejscu nie wspomnieć o Tradycji Kościoła. Po łac. *tradere* **znaczy przekazywać**, a *traditio* - przekazywanie. Mówiąc o tradycji mamy na myśli proces "przekazywania jakichś wartości z pokolenia na pokolenie, jak i same przekazywane wartości"¹⁵⁰. Waldenfels pisząc o Tradycji Kościoła rozróżnia ją na czynną, czyli przekazywanie wiary i bierną - przyjmowanie. Podobnie jak mamy do czynienia z dwoma aspektami wiary (qua i quae) tak i tu mamy Tradycję jako przekazywanie i proces oraz Tradycję jako depozyt, treść. Tradycją - wg Katechizmu Kościoła Katolickiego - jest żywe przekazywanie¹⁵¹ jak i sam przekaz - święty depozyt wiary¹⁵². Wróćmy jednak do osobistego doświadczenia wiary i przekazu tego doświadczenia.

Wiara jest także **postawą dynamiczną**. Rodzi się w nas i podlega rozwojowi. Przyjmujemy ją od tych, którzy już uwierzyli: od rodziców, księży, katechetów, w swoim środowisku społecznym. Wiare przyjmuje się, wyraża, przeżywa, świadczy o niej i przekazuje we wspólnocie wierzących, to znaczy w Kościele.¹⁵³ Kto wierzy, świadczy o tym i przekazuje to dalej. „Otrzymałem to od Pana, co wam przekazałem” (1 Kor 11, 23), „przekazałem wam to, co przejąłem” (1 Kor 15, 3) - pisze św. Paweł. Świadectwo innych ludzi stoi u początków naszego osobistego aktu wiary, rozpoczyna proces dojrzewania więzi z Bogiem. Niepokoją intelektualne, pytania i wątpliwości moralne i religijne domagają się ciągłego potwierdzania wiary, którą przyjęliśmy. Nie jest ona stałą, nienaruszalną, niekwestionowaną, przyjmowaną bezproblemowo wartością. Domaga się zaangażowania całego człowieka w jej podtrzymywaniu i ubogacaniu. Inaczej marnieje i obumiera. W tym sensie wiara jest także zadaniem, które wymaga osobistego wysiłku. Wiara jak i osoba ludzka podlega rozwojowi. Pisze o tym ks. Stanisław Głaz. „Istnieje wiele rodzajów wiary i mnóstwo jej stopni. Stąd też człowiek może swoją wiarę przeżywać w sposób fikcyjny, oparty na autorytecie i autentycznie. Wiara fikcyjna jest

¹⁴⁹ Waldenfels Hans, O Bogu, Jezusie Chrystusie i Kościele dzisiaj, Teologia fundamentalna w kontekście czasów obecnych, Księgarnia św. Jacka, Katowice 1993, s.416

¹⁵⁰ Tamże, s.322

¹⁵¹ Por. KKK 78

¹⁵² Por. KKK 84

najsłabszym procesem wiary: żyję tak, jakby Bóg istniał. Jest to postawa myślowa, racjonalna, bezosobowa. (...) Może to być pozostałość wiary niegdyś żywej, może być przejściowym stanem osłabienia wiary, a może też być początkiem rodzącej się wiary”¹⁵⁴. Inny charakter ma wiara oparta na autorytecie - np. dzieci wierzą, bo wierzy ojciec i matka. Może przejść ona w formę skostniałą opartą na wspomnieniu dawnego autorytetu lub przejść w formę żywej wiary. Wiara autentyczna - jej nie wolno i nie można wymusić. Może wzrastać i rozwijać się wewnętrznie, powoli dojrzewać. Jest darem i łaską, a nie czymś, co samemu dokonujemy¹⁵⁵. Wiara jest czymś, o co się trzeba troszczyć. Paul Tillich nazywa ją „troską ostateczną”. Każdy człowiek posiada jakąś troskę ostateczną i w coś wierzy. Jeśli przedmiotem tej troski jest Sacrum, to wiara nabiera charakteru religijnego. Dynamika wiary bierze się właśnie z troski, z pewnego niepokoju wynikającego z wewnętrznej konieczności przekraczania siebie w dążeniu do dobra nieskończonego. „Wiara jest stanem najwyższego zatroskania - dynamika wiary jest dynamiką ludzkiej troski ostatecznej. Tak jak każda żywa istota, człowiek troszczy się o wiele rzeczy, przede wszystkim o te, od których zależy jego egzystencja, takie jak pożywienie i dach nad głową. Człowiek jednak w odróżnieniu od innych istot żywych posiada także troski natury duchowej”¹⁵⁶.

Przekazywanie wiary ma służyć nie tylko jej rodzeniu się w człowieku niewierzącym, ale także podtrzymywaniu i **zachowywaniu jej żywotności wśród wierzących**. Przekazujemy wiarę po to, aby inni mogli uwierzyć, tzn. doświadczyć osobowego spotkania z Bogiem, które przemieni ich życie. Czynimy tak jako ci, którzy już uwierzyli (Kościoł) i dzielimy się tym doświadczeniem z jeszcze niewierzącymi i z tymi, co już wierzą. Z jednej strony jest to nakaz, polecenie samego Boga, z drugiej - wewnętrzna konieczność płynąca z naszego doświadczenia religijnego.

"Żywotność Ewangelii nie wyczerpuje się jednak w zdaniowym przekazie poznania wiary. Raczej ma w niej miejsce pewien nadmiar, który przekracza wszelki możliwy przekład słowny, albowiem wszystko, co żywe nie daje się zamknąć bez reszty w słowach. Ma to miejsce zwłaszcza wtedy, kiedy słowo Boże występuje jako słowo ludzkie"¹⁵⁷. Dawanie świadectwa nie powinno obejmować tylko samego głoszenia, ale

¹⁵³ Por. Słownik Teologiczny, dz.cyt., s.360-361

¹⁵⁴ Głaz Stanisław, Doświadczenie..., dz. cyt., s.15

¹⁵⁵ Por. Tamże

¹⁵⁶ Tillich Paul, Dynamika wiary, Znak, Kraków 1984, s. 31

¹⁵⁷ Waldenfels Hans, O Bogu..., dz. cyt., s.322

również i postępowanie człowieka. **Werbalne przekazywanie wiary jest niepełne**, bo Boskiego przekazu nie sposób wyrazić ludzkimi słowami. Jednak przekaz werbalny - głoszenie, opowiadanie - jest często w chrześcijaństwie akcentowany. **Werbalne przekazywanie wiary to dawanie świadectwa i dzielenie się własnym doświadczeniem religijnym wyrażone w mowie.** Głęboko wierzący chrześcijanin jest w stanie werbalnie przekazywać wiarę, na ile pozwolą mu granice języka, jakim się posługuje. Z drugiej strony tego przekazu znajduje się odbiorca, słuchacz, którego werbalne świadectwo owego chrześcijanina może zainspirować do duchowych poszukiwań. Będzie on starał się odpowiedzieć na pytanie: kim jest ten Chrystus, skoro ten chrześcijanin tak przekonywująco o Nim opowiada w kontekście własnego życia? Również w przekazywaniu wiary widać dwa porządki: Boski i ludzki. Dzięki łasce Bożej głoszący może dawać świadectwo, a w słuchającym może zrodzić się wiara lub z osłabionej zamienić w żywą. To porządek Boski. W porządku ludzkim to, co możemy zrobić to ułatwić działanie łasce Bożej. Pan Bóg działa w przedziwny sposób. Dość często wystarczy jedno słowo przypadkowo usłyszane w Kościele, żeby ktoś doświadczył nawrócenia. Św. Augustyn usłyszał w ogrodzie głos dziecka „Weź to i czytaj!” - słowa jakiejś dziecięcej zabawy. Pod ich wpływem sięgnął po Pismo Święte¹⁵⁸. Nie jesteśmy sobie wyobrazić, w jaki sposób Pan Bóg może sprawić w kimś wiarę, jakimi środkami jest w stanie się posłużyć, poprzez jakie wydarzenia i ludzi przemówić. Jedynie co możemy zrobić, to głosić, dawać autentyczne świadectwo naszej wiary i troszczyć się o słowo, ponieważ jest ono jedną z form przekazu tego świadectwa.

Wiara może być zatem przekazywana werbalnie i odbierana audytywnie. Naszą rolą jest ułatwić działanie łasce Bożej i troszczyć się o słowo ludzkie, bo Bóg często Nim się posługuje. Jeżeli wierzymy, powinniśmy dawać świadectwo słowem (nie tylko, ale także). Jeżeli nasze świadectwo jest autentyczne, słuchacz to zauważy. To, jak mówimy, czy z przekonaniem czy bez, zaświadczy o naszej wiarygodności. Nie da się udawać wierzącego.

2.1.3. Możliwość przekazywania wiary za pomocą mass-mediów

W Instrukcji Duszpasterskiej „Communio et progressio” czytamy: „komunikowanie się, to coś więcej niż tylko przekazywanie idei czy wyrażanie uczuć, to przede wszystkim dawanie siebie z miłości (...) Ustanawiając Eucharystię, Chrystus dał

¹⁵⁸ Por. Augustyn św, Wyznania, Znak, Kraków 1995, s.182-183

nam najwspanialszy wzór 'komunikowania', jaki jest dostępny ludziom na ziemi, mianowicie zjednoczenie, komunikowanie między Bogiem i człowiekiem, a przez to samowzór najściślejszego i najdoskonalszego zjednoczenia między ludźmi"¹⁵⁹. **Chrystus jest wzorem naszej ludzkiej komunikacji.** „Jest rzeczą wprost szokującą i nie do wiary, iż Kościół, chcąc wyrazić teologiczną naturę i istotę środków przekazu, sięga aż do Chrystusa, jako najwspanialszego wzoru komunikowania, jaki jest dostępny ludziom na ziemi"¹⁶⁰. **Celem komunikacji, jak i celem przekazywania wiary, jest miłość, pełne zjednoczenie ludzi z Chrystusem.** Taka jest też misja Kościoła. Kościół zmierza do tworzenia i rozwijania komunikacji między ludźmi a Bogiem. Tajemnica Kościoła jest tajemnicą komunikacji życia Bożego ludziom. Celem posłannictwa Kościoła jest doskonała jedność i harmonia ludzi z Bogiem na końcu czasów (wymiar eschatologiczny). Kościół szuka jak najdoskonalszych sposobów wypełnienia swojej misji. W tym poszukiwaniu dostrzegł środki przekazu, znalazł nowoczesną formę wyrazu dla niezmiennej treści swojego przesłania¹⁶¹. Środki społecznego przekazu to nowa forma przekazywania wiary. Forma do końca jeszcze nie zbadana, ale Kościół dostrzegając rolę, jaką współcześnie odgrywają środki przekazu, postanowił się nimi zająć. Przez swoje nauczanie Kościół przede wszystkim podnosi znaczenie ludzkiej komunikacji oraz obejmuje teologiczną refleksją same środki przekazu. Po drugie szuka praktycznych możliwości ich wykorzystania w swojej misji. „Teologia środków masowego przekazu została zidentyfikowana z teologią posłannictwa Chrystusa i Kościoła, w którym chodzi nie tylko o przekazywanie idei, ale przede wszystkim o oddanie siebie, o zakomunikowanie swojej osoby jako daru miłości"¹⁶². „Teologia nowoczesnych technik komunikacji wchodzi w zakres teologii posłannictwa i misyjnej działalności Kościoła, w wyniku której człowiek ma spotkać się z Bogiem, przeżywać Boga, jednoczyć się z Nim w widzialnej społeczności wierzących"¹⁶³.

Kościół widzi potrzebę dostosowania się do współczesnego odbiorcy. Ale zawsze chodzi jedynie o formę, nigdy o treść. Ta musi pozostać niezmienna jako depozyt. Zmiana formy jest dyktowana dynamiką wiary - pragnieniem głoszenia jej w taki sposób, by była

¹⁵⁹ Communio et progressio, nr 11. Tekst instrukcji duszpasterskiej za Adamski Franciszek (red.), Kościół a kultura masowa, WAM, Kraków 1984, s. 277-320

¹⁶⁰ Chromik Tadeusz, Środki społecznego przekazu a potrzeby ewangelizacji w: Adamski Franciszek (red.), Kościół a..., dz.cyt., s. 82

¹⁶¹ Por. Tamże, s. 81

¹⁶² Tamże, s. 82

¹⁶³ Tamże

jak najlepiej odbierana przez współczesnego człowieka, by świadectwo było jak najwyraźniejsze. Poznanie natury massmediów może się do tego przyczynić. Jeśli chce się przekazywać wiarę przez np. radio, trzeba poznać naturę tego medium oraz formy przekazu, jakimi się posługuje - poznać jego warsztat, a następnie wykorzystać do przekazywania wiary. „Język powinien odpowiadać specyfice użytego środka: inny jest język środka społecznego przekazu, a inny ambony”¹⁶⁴. Same środki przekazu nie są w sobie dobre ani złe. Dopiero ich wykorzystanie o tym decyduje. „Radio, jak wspomniałem, jest jednym z ważniejszych środków rozwijania działalności MI” - pisał św. Maksymilian Maria Kolbe - „Obok niego także kino i telewizja. Te wynalazki są dobre same w sobie i powinny służyć najpierw dla celów Bożych, a później ludzkich. Dziś jest inaczej: najpierw te i owe wynalazki uczynią dużo złego, a później my z nich korzystamy. Jest to niewłaściwe. I zasługivalibyśmy na nagane, gdybyśmy się dali w tym ruchu korzystania z wynalazków wyprzedzić”¹⁶⁵. „Kościół byłby winny przed swoim Panem, gdyby nie używał tych potężnych pomocy, które ludzki umysł coraz bardziej usprawnia i doskonali”¹⁶⁶. Kościół widzi potrzebę dostosowania głoszenia do odbiorcy. Język powinien być dostosowany do jego mentalności. Nie chodzi o zmianę treści, ale o sposoby jej komunikowania, wynalezienie nowych form dotarcia z Objawieniem do współczesnych ludzi ukształtowanych w epoce masowego przekazu¹⁶⁷. „W czasie swego ziemskiego życia Chrystus dał się poznać jako doskonały ‘Głosiciel’. Przez wcielenie upodobnił się do tych, którzy mieli Go kiedyś słuchać, a w swoich kazaniach i całym stylu życia zawsze miał na względzie przepowiadanie. Przemawiał wśród swego ludu, głosząc całe posłannictwo Boże mocno i wytrwale. W swoim przepowiadaniu przyjął sposób mówienia i myślenia właściwy krajowi i jego sytuacji”¹⁶⁸. Chrystus i Apostołowie posługiwali się środkami, jakie wówczas mieli do dyspozycji. Dziś należy się posłużyć współczesnymi technikami. Nasze przepowiadanie homiletyczne i katechetyczne pogłębianie życia wiary musi się odwołać do massmediów¹⁶⁹.

W świetle powyższych cytatów można odpowiedzieć: nie tylko można przekazywać wiarę przez massmedia, ale nawet trzeba. Jest to konieczność naszych

¹⁶⁴ *Communio et progressio*, nr 128, dz.cyt.

¹⁶⁵ Kolbe Maria Maksymilian, *Radio na usługach MI w: Przemówienia Ojca Maksymiliana M. Kolbego 1912-1941, Niepokalanów, maszynopis*, s. 217

¹⁶⁶ Paweł VI, *Evangelii nuntiandi* 45, cyt. za: Klauza Karol, *Środki masowego przekazu jako narzędzie ewangelizacji w: www.sl-zdr.kielce.opoka.org.pl:80/klauza1.htm*, 2-04-2001

¹⁶⁷ Chromik Tadeusz, *Środki społecznego...*, dz.cyt., s. 82

¹⁶⁸ *Communio et progressio*, nr 11, dz. cyt.

czasów. Najpierw jednak trzeba choć trochę poznać naturę danego medium, jego język, aby ta komunikacja, to medialne przekazywanie wiary było możliwe. Chodzi o znalezienie takich form medialnych, które ułatwią przekaz wiary.

2.2. Zasada *fides ex auditu* w przekazywaniu wiary

Chrześcijaństwo podkreśla ogromną rolę słuchania w przyjmowaniu wiary. Związki między wiarą a słuchaniem odnajdujemy w Biblii, a przede wszystkim w nauczaniu Jezusa. Te związki dostrzegamy również w misji Kościoła, w Jego katechezie, homiletycznym stylu przekazywania prawd Bożych oraz w przykładach indywidualnych nawróceń, w których dużą rolę odegrało usłyszane świadectwo osoby wierzącej. Chrześcijaństwo rozumie słuchanie przenośnie jako pewną postawę, dyspozycję, a także jako posłuszeństwo. Rozumie też dosłownie jako przyjmowanie wiary przez zmysł słuchu. Czym jest sformułowana przez św. Pawła myśl: wiara rodzi się ze słuchania (por. Rz 10,17)? Jak rozumieć tę formułę nazywaną często zasadą *fides ex auditu*?

2.2.1. Biblijne „słuchaj” znaczy „bądź posłuszny”

W Biblii wielokrotnie spotykamy się ze słowem „słuchać”. „Słuchajcie - woła prorok korzystając z powagi Boga samego (Am 1,1; Jr 7,2). Słuchajcie - powtarza mędrzec w imię własnych doświadczeń i osobistej znajomości prawa (Prz 1,8). Słuchaj, Izraelu - mówi każdego dnia na nowo pobożny Izraelita chcąc, by go przeniknęła wola jego Boga (Pwt 6,4; Mk 12,29). Słuchajcie - podejmuje to samo wezwanie sam Jezus, Słowo Boże (Mk 4,3.9 paral.)”¹⁷⁰ Najważniejsze przykazanie judaizmu zaczyna się słowem słuchaj. Słowo *szema* jest pierwszym słowem w hebrajskim tekście Pwt 6,4. Używa się go na określenie całego wiersza. Z czasem fragment ten stał się to głównym credo religii żydowskiej. Pobożni Izraelici odmawiali tę modlitwę rano, wieczorem i przed udaniem się na spoczynek. Tekst Pwt 6,4-9 i 11,13-21 pisano na pergaminie, który umieszczano w filakteriach i na odrzwiach¹⁷¹. „Každy Żyd dziś jeszcze powtarza w swojej codziennej modlitwie wielkie wezwanie z Księgi Powtórzonego Prawa. „Słuchaj, Izraelu! Pan jest naszym Bogiem - Panem jedynym. Będziesz miłował Pana, Boga twojego z całego serca, z całej duszy swojej, ze wszystkich swych sił” (Pwt 6, 4-5). A przytacza te słowa także Jezus, w Ewangelii św. Marka, w odpowiedzi na pytanie uczonego w Piśmie, jakie jest przykazanie „pierwsze ze wszystkich” (Mk 12, 28-31; por.

¹⁶⁹ Tamże, s.83

¹⁷⁰ Leon-Dufour Xavier, Słownik teologii biblijnej, Pallottinum, Poznań-Warszawa 1973, s.885

Mt 22, 34-40; Łk 10, 25-28). Zazwyczaj jednak, kiedy ten tekst czytamy, cała nasza uwaga skupiona jest na wezwaniu do miłości. Słusznie zresztą, bo właśnie w niej zawarte jest wszystko, w niej znajdują swe wypełnienie wszelkie nakazy Prawa i napomnienia proroków (por. Mt 22, 40). By to jednak właściwie zrozumieć, trzeba zacząć od słuchania tego, co mówi do nas Pan. I dlatego nie jest dobrze, iż tak często o tych pierwszych słowach: „Słuchaj, Izraelu!” po prostu zapominamy, niemal tak, jakby się one nie do nas odnosiły nawet i wtedy, gdy padają z ust Jezusa”¹⁷².

Co znaczy to biblijne „słuchaj”? W tekście greckim Biblii spotykamy się ze słowem *akouo* – „zasłyszeć, wsłuchiwać się”. Występuje ono, razem ze złożeniami takimi jak np. *eis-akouo* „wysłuchać”, *hyp-akouo* – „być posłusznym” i *par-akouo* – „być nieposłusznym”¹⁷³. „Według Biblii, żyć - to znaczy ‘słuchać Boga’, oglądanie Boga jest odłożone na koniec czasów. ‘Widzieć i słyszeć’ - to znaczy dopełnić i zweryfikować oglądanie ziemskie przez słuchanie, które przekształca się w posłuszeństwo. ‘Słuchać i działać’, przestrzegać słów, to znaczy wprowadzać je w czyn, czego nie wyraża samo przez się słowo słuchać. ‘Słuchać i rozumieć’ - to przyjmować postawę wprost przeciwną do zatwardziałości, czyli przyjmować słowo tzn. wierzyć”¹⁷⁴. **Biblijne „słuchaj” znaczy przede wszystkim „bądź posłuszny”**. Słuchaj „jest to wezwanie nie tylko do ‘fonicznego’ odbioru słów, ‘nadstawiania uszu’, zachęta do czynności słuchania, ale zgodnie z tym, jakie znaczenie posiada to słowo, do posłuszeństwa. Bowiem słuchać kogoś, zarówno w języku hebrajskim, jak i polskim, znaczy być mu posłusznym”¹⁷⁵.

„Słuchać [...] to nie znaczy nadstawiać ucha na prawdę, to znaczy otworzyć na nią swoje serce (Dz 16, 14) i wprowadzać ją w życie (Mt 7,24nn); to znaczy być posłusznym, uległym. Na tym właśnie polega posłuszeństwo w wierze, którego domaga się usłyszane przepowiadanie (Rz 1,5; 3, 14nn).”¹⁷⁶ „Być posłusznym (*ob-audire*) w wierze oznacza poddać się w sposób wolny usłyszанemu słowu, ponieważ jego prawda została zagwarantowana przez Boga, który jest samą Prawdą. Wzorem tego posłuszeństwa, proponowanym nam przez Pismo święte, jest Abraham. Dziewica Maryja jest jego

¹⁷¹ Por. Słownik Wiedzy Biblijnej, Oficyna Wydawnicza Vocatio, Warszawa 1996

¹⁷² Por. Świderkówna Anna, Serce słuchające w:

http://www.koden.omi.org.pl/biblioteka/T/TB/serce_sluchajace.html, 01-03-21, s.3

¹⁷³ Leon-Dufour Xavier, Słownik Nowego Testamentu, Księgarnia św. Wojciecha, Poznań 1981, s.572

¹⁷⁴ Tamże

¹⁷⁵ Adamek Zbigniew, Homiletyka, Wyd. Diecezji Tarnowskiej Biblos, Tarnów 1992, s. 231

¹⁷⁶ Leon-Dufour Xavier, Słownik teologii biblijnej, dz.cyt., s.885

najdoskonalszym urzeczywistnieniem”¹⁷⁷. To właśnie Abraham i Maryja są tymi, którzy usłuchali, czyli okazali posłuszeństwo Bogu, z tą różnicą, że Maryja w stopniu niedościgłym. „Maryja, przywykła do wiernego zachowywania słów Bożych w swym sercu (Łk 2, 19.51), została ubłogosławiona przez swego Syna Jezusa, gdy objawił jej głęboki sens Jej macierzyństwa: ‘Błogosławieni są ci, którzy słuchają Słowa Bożego i zachowują je’ (Łk 11, 28)”¹⁷⁸. „Słuchanie oznacza ‘zachowywanie w sercu’ jak napisał Ewangelista o Maryi. Święty Jakub przypomina ‘wprowadzajcie słowo w czyn, a nie bądźcie tylko słuchaczami oszukującymi samych siebie’ (por. Jk 1, 22), a święty Jan pisze ‘kto z Boga jest słów Bożych słucha’ (por. J 8, 47). Dobrego słuchania trzeba się uczyć, do niego wychowywać słuchaczy i o nie się modlić”¹⁷⁹.

Z posłuszeństwem wiąże się też zagadnienie nieposłuszeństwa. „Człowiek nie chce słuchać (Pwt 18, 16.19) i na tym polega jego dramat. Jest głuchy na wołanie Boże; jego ucho i serce są nieobrzezane (Jr 1, 10; 9, 25; Dz 7, 51). Oto grzech żydów, na który natknął się Jezus: ‘Wy nie możecie słuchać mojej nauki... Kto z Boga jest, słów Bożych słucha. Wy dlatego nie słuchacie, że z Boga nie jesteście’ (J 8, 43.47)”¹⁸⁰. „W rzeczywistości sam Bóg może otworzyć ucho swojego ucznia (Iz 50, 5 ; por. 1 Sm 9, 15; Hi 36, 10), ‘przekłuć’ je, żeby gdy nadejdą czasy mesjańskie głusi słyszeli, a cuda Jezusa oznaczają, że wreszcie lud głuchy zrozumie Słowo Boże i będzie mu posłuszny (Iz 29, 18; 35, 5; 42, 18nn; 43, 8; Mt 11,5). To właśnie oznajmia uczniom głos z nieba: ‘To jest mój Syn najmilszy, w którym mam upodobanie, Jego słuchajcie!’ (Mt 17,5 paral.)”¹⁸¹. „Człowiek nie może bezkarnie lekceważyć usłyszanego słowa, odrzucić mówiącego Boga. Przymierze zostało opatrzone bowiem sankcją, która niechybnie się wypełni w przypadku nieposłuszeństwa (por. Pwt 28, 45)”¹⁸².

Bóg mówi do człowieka i chce, by ten Go słuchał, czyli był mu posłuszny. Ale w Biblii również człowiek zwraca się do Boga i chce być wysłuchany. „W swej modlitwie człowiek żąda od Boga, żeby go słuchał, to znaczy, żeby zaspokoił jego pragnienie. Bóg nie słucha jednak ani niesprawiedliwych, ani grzeszników (Iz 1, 15; Mi 3, 4; J 9, 31). Słucha natomiast ubogiego, wdowy i sieroty, więźniów (Wj 22, 22-26; Ps 10, 17; 102, 21 J 45, 4). Słucha sprawiedliwych, pobożnych i tych, co pełnią Jego wolę (Ps 34, 16.18; J 9,

¹⁷⁷ KKK 144

¹⁷⁸ Leon-Dufour Xavier, Słownik teologii biblijnej, dz.cyt., s.885-886

¹⁷⁹ Wywiad z ks. Ireneuszem Folcikiem, dz. cyt., s. 2

¹⁸⁰ Leon-Dufour Xavier, Słownik teologii biblijnej, dz.cyt., s.885

¹⁸¹ Tamże, s.885-886

31; 1P 3, 12) i co proszą zgodnie z Jego wolą (1 J 5, 14n). A jeśli Bóg wysłuchuje ludzi, to dlatego, że słucha On 'zawsze' swego Syna Jezusa (J 11, 41n), przez którego przechodzą zawsze modlitwy chrześcijanina"¹⁸³.

W Biblii z jednej strony mamy Boga, który mówi (teologię słowa), a z drugiej domagającego się, aby człowiek Go słuchał (teologię słuchania). Mamy też człowieka, który słucha Boga i mówi do Boga chcąc być wysłuchanym. Jest to zatem komunikacja. Teologię Słowa Bożego możemy uznać za „podstawowe pojęcie teologiczne umożliwiające komunikację pomiędzy ludźmi na płaszczyźnie religijnej. tylko Bóg, który przemawia, sprawia, iż sensowne staje się jakiegokolwiek mówienie o Bogu, ponieważ daje możliwość mówienia z Bogiem”¹⁸⁴.

Dlaczego Biblia tak wyraźnie akcentuje słuchanie? „W Biblii charakterystycznym sposobem objawiania się Boga jest mówienie. Stąd wyrażenie Słowo Boże”¹⁸⁵. „Bóg nie przemawia do ludzi inaczej, jak przy pomocy ludzkich środków wyrazu”¹⁸⁶. „Pismo Święte wyraźnie stwierdza fakt mówienia Boga do ludzi. „Wielokrotnie i na różne sposoby przemawiał Bóg do ojców naszych’ (por. Hbr 1,1). Jest to cecha Boga żywego. Tylko fałszywe bożki „mają usta, ale nie mówią” (por. Ps 115)”¹⁸⁷. **Zatem to sam Bóg wybrał mówienie i słuchanie do przekazywania Objawienia.**

Fakt, że poszczególne księgi biblijne istniały w podaniu ustnym zanim je zapisano również w pewnym stopniu tłumaczy, dlaczego Biblia tak mocno akcentuje słuchanie. Ludy semickie cieszyły się wybitnymi zdolnościami pamięciowymi. Zapis literalny nie był konieczny. Dopiero później postanowiono spisać to, co Bóg objawił ludziom. Słowo *słuchać* występuje w niej 435 razy, słowo *słyszeć* 293 razy w różnych kontekstach.¹⁸⁸ Ustny przekaz dociera do odbiorcy nie inaczej jak przez zmysł słuchu. Fakt spisania ustnego przekazu jest dla Biblii sprawą drugorzędą. „Tradycje [ustne], jeszcze zanim je zapisano, stanowiły prawdziwą literaturę. Literatura jest zasadniczo formą sztuki; drugorzędne znaczenie ma fakt, że literatura została po większej części napisana, ponieważ jest ona głównie sprawą słów i mowy (zapisanych lub nie).”¹⁸⁹ Biblia jest

¹⁸² Adamek Zbigniew, Homiletyka, dz. cyt., s.232

¹⁸³ Leon-Dufour Xavier, Słownik teologii biblijnej, dz.cyt., s. 886

¹⁸⁴ Waldenfels Hans, O Bogu..., dz. cyt., s.420

¹⁸⁵ Achtemeier Paul J. (red.), Encyklopedia biblijna, Vocatio, Warszawa 1999, s. 1108

¹⁸⁶ Adamek Zbigniew, Homiletyka, dz. cyt., s.10

¹⁸⁷ Tamże, s.45

¹⁸⁸ Por. Flis Jan, Konkordancja Starego i Nowego Testamentu do Biblii Tysiąclecia, Oficyna Wydawnicza Vocatio, Warszawa 1996

¹⁸⁹ Harrington Wilfrid J., Klucz do Biblii, Instytut Wydawniczy Pax, Warszawa 1984, s.16

zapisem ustnego przekazu, wypowiedzianych słów, opowiedzianych wydarzeń. To, że istnieje jako książka, którą bierzemy do ręki, jest wtórne. Najlepiej, kiedy słowa Pisma świętego są odczytywane głośno i publicznie w obecności słuchaczy. Wtedy ujawnia się prawdziwa żywotność Biblii, pierwotnie słowa mówionego zanim je zapisano. „Aby właściwie odebrać tekst biblijny, trzeba wsłuchać się w słowa, jak w słowo mówione, trzeba tak czytać, aby słyszeć żywe słowo”¹⁹⁰. „Pismo święte jest jakby wtórne w stosunku do pierwotnej ustnej tradycji”¹⁹¹. Słuszne jest spostrzeżenie ks. Pasierba: „jest znamienne, że człowiek pierwszych wieków chrześcijaństwa odczytywał wszelkie teksty zawsze na głos”¹⁹². Jest to dla nas bardzo cenna wskazówka. **Teksty, które były pierwotnie oralną tradycją, powinny być na nowo oralnie odtwarzane. Wtedy ukazują swoją żywotność.**

Chrześcijaństwo, jak i judaizm, są religiami przede wszystkim słowa, a nie obrazu. "Objawienie biblijne jest w swej istocie Słowem Bożym skierowanym do człowieka. Dlatego właśnie według Biblii 'wiara rodzi się ze słyszenia' (Rz 10, 17), podczas gdy w misteriach greckich i w gnozie wschodniej stosunek człowieka do Boga jest oparty przede wszystkim na wizji"¹⁹³. „Człowiek nie chce zwyczajnie czcić tego, czego nie zna. Grecy np. zbierali się w świętym kręgu, by zanim złożą ofiarę jakiemuś bóstwu, przypatrzeć się odtwarzanym przez kapłanów epizodom z życia tego, któremu oddawali cześć. Tak właśnie, jak sądzi wielu współczesnych teatrologów, powstał teatr. Żydzi nie tworzyli wyobrażenia swego Boga, nie znali Jego obrazu. O tym, co zawdzięczali Bogu, mieli opowiadać kolejnym pokoleniom”¹⁹⁴. Dla Żydów, a potem chrześcijan Bóg był zawsze bardziej tym, którego się słucha, a nie ogląda. W starożytnej Grecji zmysłem dominującym był wzrok, natomiast w judaizmie - słuch, a w Egipcie - dotyk¹⁹⁵. W judaizmie był zakaz czynienia obrazów Boga (por. Wj 20, 4). Chrystus w chrześcijaństwie ukazał nam „obraz Boga niewidzialnego” (por. 1 Kol 1, 15). Ale i tak najważniejsze pozostało słowo i słuchanie. „Żyjemy w ‘cywilizacji obrazu’¹⁹⁶, w której wielu ludzi nie ma nawyku słuchania, a co za tym idzie także umiejętności słuchania. Chrześcijaństwo

¹⁹⁰ Zatorski Włodzimierz, *Usłyszeć Słowo Boże. Praktyka lectio divina*, Wydawnictwo Benedyktynów Tyniec, Kraków 1999, s.38

¹⁹¹ *Słownik teologiczny*, dz.cyt., s.323

¹⁹² Cyt. za. Lepa Adam, *Pedagogika...*, dz. cyt., s. 187

¹⁹³ Tamże, s.885

¹⁹⁴ Adamek Zbigniew, *Homiletyka*, dz. cyt., s.231

¹⁹⁵ Por. *Popularna encyklopedia massmediów*, dz.cyt., s.277

¹⁹⁶ Współczesną kulturę określa się często mianem okocentrycznej, tzn. takiej w której naczelne miejsce w hierarchii zmysłów zajmuje oko. por. Tamże

jest religią, w której bardzo ważne jest słuchanie Boga, w odróżnieniu do innych religii, w których chodzi o widzenie bóstwa dostępne w różnych misteryjnych kultach. Słuchanie Słowa Bożego to podstawa egzystencji i dobrobytu ludu wybranego”¹⁹⁷.

Czy biblijne słuchanie oznacza przerośnie bycie posłusznym, czy też także dosłownie: odbieranie zmysłem słucho? Zanim dochodzimy do posłuszeństwa Słowu Bożemu przechodzimy przez pierwszy etap - etap odbioru, czyli słuchania. Przerośne rozumienie słowa *słuchać* w Biblii, czyli dawanie posłuchu, następuje po rozumieniu dosłownym. Pismo święte bazuje na podstawowym znaczeniu słowa słuchać, przyjmować zmysłem słucho, by znaczenie tego słowa przekroczyć mówiąc o posłuszeństwie. Słuchanie jest otwarciem się na to, co się słyzy. Słuchanie bardziej niż słyzenie angażuje człowieka. Słyzenie jest bierną recepcją słów i innych dźwięków. Słuchanie wiąże się nierozzerwalnie z aktywnością, z myśleniem, a w konsekwencji z działaniem. *Słuchać* to coś nieporównywalnie więcej niż tylko *słyzenie*¹⁹⁸. Jednak słuchanie bazuje na słyzeniu. Nie jest to jedyny sposób przyjęcia prawdy wiary, ale szczególnie w Biblii akcentowany. świadczy o tym cała konstrukcja metafory przyjmowania Słowa Bożego: **słyzenie, słuchanie i w konsekwencji dawanie posłuchu, czyli posłuszeństwo**. Słuchanie „jest to właśnie ta postawa wewnętrzznego otwarcia, której Bóg od nas oczekuje. Podkreśla ją zwłaszcza św. Łukasz, ewangelista mówiący najwięcej o modlitwie i o działaniu Ducha Świętego. „Błogosławieni ci, którzy słuchają słowa Bożego i go przestrzegają”. Albo jeszcze mocniej: „Moją matką i braćmi są ci, którzy słuchają słowa Bożego i wypełniają je” (Łk 11, 28; 8, 21). Oba te powiedzenia Jezusowe odnoszą się w pewien sposób do Jego własnej Matki i wskazują na to, co stanowi o Jej świętości. Oba też podkreślają konieczność słuchania czynnego: w pojęciu słuchania zawarte jest bowiem również posłuszeństwo”¹⁹⁹. Tak więc biblijne słuchanie można rozumieć jako pewną **postawę otwartości na Boży przekaz, postawę słuchania egzystencjalnego - całym sobą**. Z tej postawy ma wynikać posłuszeństwo. Jednak można je rozumieć także **dosłownie jako przyjmowanie przez zmysł słucho**. Ale zawsze będzie chodziło o **słuchanie, a nie o słyzenie**, o koncentrację i aktywne zaangażowanie się w to, co się słyzy. Postawę słyzenia i słuchania ilustrują ewangeliczne siostry: Maria i Marta, które odwiedził Jezus. „Dwie siostry, Maria i Marta, goszczące Jezusa w swoim

¹⁹⁷ Wywiad z ks. Ireneuszem Folcikiem, dz. cyt., s.1

¹⁹⁸ Por. Świderkówna Anna, Serce słuchające, dz. cyt., s.3

¹⁹⁹ Tamże

domu, to doskonały obraz dwóch odmiennych sposobów słuchania (słyszenia i słuchania - przyp. aut.). Dawniej widziano w nich symbol życia kontemplacyjnego (Maria) i czynnego (Marta). Dzisiaj wiemy już dobrze, iż każdy z nas jest po trochu i Marią, i Martą. Obie siostry kochają Jezusa i obie chcą mu służyć. Marta jednak jest ciągle zaprzęgnięta tysiącem drobiazgów i zwyczajnie nie ma czasu, żeby Go słuchać. Maria natomiast świadomie wybiera to, co najważniejsze. Ucisza swe niespokojne serce i uczy je słuchać”²⁰⁰.

Tak dochodzimy do zasady *fides ex auditu* - wiary ze słuchania, postawy słuchacza, którą przyjmujemy w sensie przenośnym jako pewna dyspozycja, ale i dosłownym jako słuchanie w odróżnieniu od nie angażującego słyszenia.

2.2.2. Wiara ze słuchania

Św. Paweł pisze w liście do Rzymian, że „wiara rodzi się ze słuchania” (por. Rz 10, 17). Ten fragment, jak zauważa bp Lepa²⁰¹, jest pewną zasadą, którą nazywamy *fides ex auditu*. Po pierwsze wyjaśnijmy, co nazywamy zasadą. Zasadą nazywamy jakąś regułę, prawo, które rządzi pewnymi procesami. Najczęściej szukamy zasad i reguł rządzących przyrodą. Są one potrzebne w naukach ścisłych, w fizyce, chemii itp., dla wyjaśnienia i uogólnienia pewnych zjawisk. Tutaj, na gruncie teologii, byłaby to reguła o sposobie rodzenia się wiary w człowieku. Trudno podchodzić do tego w sposób typowo techniczny. Mamy tu do czynienia z ludzkim doświadczeniem religijnym, które jednak, mimo że jest wydarzeniem jednostkowym i osobistym, ma dla wszystkich osób, które je przeżyły, wspólne cechy. Zasada *fides ex auditu* dotyczy aktu wiary człowieka - czyli momentu uwierzenia - oraz okresu wzrastania w wierze.

Tą zasadę można rozumieć w sensie szerokim: jako postawę, dyspozycję do przyjęcia wiary oraz można ją rozumieć w sensie dosłownym jako możliwość uwierzenia na skutek tego, co się usłyszało. Także i tutaj widać dwa porządki: Boski i ludzki. **To, że ktoś uwierzył pod wpływem czyichś słów stało się dzięki łasce Bożej. Ale z drugiej strony ta usłyszana mowa stała się środkiem dla działania łaski Bożej. Bóg posłużył się mową tego kogoś, kogo słowa sprawiły w nas wiarę. Porządek Boski to łaska, ludzki - mowa, która stała się narzędziem, środkiem łaski Bożej.**

Przyjrzyjmy się kilku tłumaczeniom tego fragmentu (Rz 10, 17) listu św. Pawła do

²⁰⁰ Tamże

²⁰¹ Por. Lepa Adam, *Pedagogika*, dz. cyt., s.79

Rzymian. „Wiara tedy z słuchania, a słuchanie przez słowo Chrystusowe”²⁰². „Wiara powstaje z przepowiadania, a przepowiadanie dzieje się z rozkazu Chrystusa”²⁰³. „A więc wiara ze słuchania, a słuchanie przez słowo Chrystusowe”²⁰⁴. „Tak więc wiara jest następstwem słuchania, jeśli się słucha słowa o Chrystusie”²⁰⁵. „Wiara rodzi się z tego, co się usłyszało, a słyszy się dzięki słowu Chrystusa”²⁰⁶. „Zatem wiara z usłyszenia, zaś usłyszenie poprzez słowo Pomazańca”²⁰⁷. Dostrzegamy również dwa porządki: usłyszenie - porządek ludzki, a sprawcą tego usłyszenia i treści tego, co się słyszy Chrystus - porządek Boski. Prawie wszędzie występuje słowo słuchanie, słyszenie, raz tylko tłumaczone jako przepowiadanie. „Słowo gr. hypakouo jest terminem technicznym dla posłuchu, który zostaje wprowadzony w czyn. Ewangelia jest tu jakby osobowo pojmowana. Rzeczy nie daje się posłuchu. Ewangelia to właśnie słowo wiary, które Paweł głosi z mandatu Chrystusa”²⁰⁸. „Wiersz ma charakter dewizy określającej raz jeszcze jeden z warunków wiary lub dokładniej genezę i przedmiot wiary. Termin akoe - choć dosłownie znaczy ‘słyszenie’ - jest tu synonimem przepowiadania, głoszenia i to w sensie głoszonych treści, czyli określonej nauki (Käsemann, Strack-Billerbeck). Głoszenie zaś z którego winna się rodzić chrześcijańska wiara (...) pojmowana (jest) tu w sposób może nieco zawężony jako nakaz misyjny (Michel Käsemann), a nie jako treść dobrej nowiny (Lagrange, Maier, Munck)”²⁰⁹. Przepowiadanie i słuchanie tego przepowiadania dzieje się dzięki łasce Bożej, której udziela Chrystus, z jego mandatu i pozwolenia - jak głoszą powyższe komentarze. Ale żeby stać się głosicielem Ewangelii trzeba najpierw samemu żyć wiarą. **Najpierw jest słuchać, a potem głosić.** „Najpierw słuchać, bo Słowo Boże skierowane jest do każdego z nas, a później zgodnie ze swoim powołaniem głosić (...). Ewangelię trzeba głosić z wewnętrznym przekonaniem i zaangażowaniem. Inaczej

²⁰² Biblia w przekładzie ks. Jakuba Wujka z 1599 r., Vocatio, Warszawa 1999

²⁰³ Pismo Święte Nowego Testamentu tłum. z jęz. gr. przez Seweryna Kowalskiego, Instytut Wyd. Pax, Warszawa 1998

²⁰⁴ Pismo Święte Nowego Testamentu przekład z gr., komentarz Eugeniusza Dąbrowskiego, Księgarnia św. Wojciecha, Lublin 1961

²⁰⁵ Nowy Testament Nowy przekład z jęz. gr. na współczesny język polski, Brytyjskie i Zagraniczne Towarzystwo Biblijne, Warszawa 1991

²⁰⁶ Pismo Święte Nowego Testamentu przekład bp. Romaniuka, Warmińskie Wyd. Diecezjalne, Olsztyn 1992

²⁰⁷ Grecko-Polski Nowy Testament, Vocatio, Warszawa 1995

²⁰⁸ Langkammer Hugolin (komentarz), Pismo Święte Starego i Nowego Testamentu, List do Rzymian, KUL, Lublin 1999

²⁰⁹ List do Rzymian, Wstęp, przekład z języków oryginalnych, komentarz, KUL, Pallotinum, Poznań-Warszawa 1978, s. 221

mówiąc dawać świadectwo”²¹⁰. Tak czyni sam Jezus Chrystus. „W swoim życiu Jezus nie tylko wzywał do słuchania, ale sam - co często bywa pomijane - był najpierw słuchającym. W ten właśnie sposób został przedstawiony jako Dwunastoletni w świątyni jerozolimskiej (por. Łk 2, 46). Jako słuchacz stoi Jezus pośrodku tłumu słuchających słów Jana Chrzciciela (por. J 1, 26), do którego dotarło słowo Boga na pustyni (por. Łk 3, 2). Jezusowy chrzest otrzymany od Jana, przedstawiony jest w Ewangelii jako wydarzenie, w czasie którego dał się usłyszeć „głos z nieba” (por. Mk 1, 11 par.). To niewątpliwie determinujące dla Jezusa wydarzenie pozostaje zresztą w łączności ze znakiem Ducha i wody, widzenia/słyszenia i słowa, a zatem Ducha i słowa (por. Mk 1, 9-11 par.). Jezus bowiem udawał się w szabat do synagogi, aby nauczać (por. Mk 1, 22; 6,2 i in.), dlatego Łk 4, 16-30 opowiada jak poprosił o zwój Pisma, przeczytał i w nawiązaniu do przeczytanego tekstu oświadczył: „Dzisiaj się wypełniły słowa, które usłyszeliście” (Łk 4, 21)”²¹¹. **Sam Zbawiciel był najpierw słuchającym, dopiero potem głoszącym.** „Jezus nieustannie nawołuje swoich uczniów właśnie do słuchania. W Ewangelii św. Marka, Mateusza i Łukasza powtarza się wielokrotnie jednakowo brzmiące wezwanie: ‘Kto ma uszy do słuchania, niechaj słucha’! (Mt 11,5; 13,9,43; Mk 4,9,23; Łk 8,8; 14,35). W Apokalipsie św. Jana, w każdym z listów ‘do siedmiu Kościołów, które są w Azji’, odnajdujemy to samo wezwanie, trochę tylko rozbudowane: ‘Kto ma uszy, niechaj posłysz, co mówi Duch do Kościołów’ (Ap 2,7,11,17,29; 3,6,13,22)”²¹².

„Zapytajmy teraz, co oznacza lapidarna formuła Pawłowa *fides ex auditu* znajdująca się w Rz 10, 12-15.17?”²¹³ - pisze ks. Antoni Lewek. „Terminem kluczowym w powyższym tekście jest grecki wyraz *akoe*, przetłumaczony jako „to, co się słyszy”. H. Schlier stwierdza, że pojęcie *akoe* wyraża dwa aspekty przepowiadania: jego treść i jego akt. W. Stählin zaś interpretuje to wyrażenie następująco: „Wiara powstaje przez to, że dokonuje się *akoe*. A *akoe*... oznacza jednocześnie obiektywne wydarzenia, to, co się słyszy, gdy jest wypowiedziane oraz proces słuchania. P. Bormann podkreśla, że chociaż *akoe* utożsamia się także z pojęciem Ewangelii oraz Słowa Bożego, to jednak szczególny jego sens wyraża się w słuchaniu. W Pawłowej formule Rz 10, 17 chodzi nie tyle o przepowiadanie jako takie, ile raczej o **przepowiadanie słyszalne i słuchane**. Wiara

²¹⁰ Wywiad z ks. Ireneuszem Folcikiem, dz. cyt., s.1

²¹¹ Waldenfels Hanse, O Bogu..., dz. cyt., s.418

²¹² Świderkówna Anna, Serce słuchające, dz. cyt., s.4

²¹³ Lewek Antoni, Słuchanie Słowa Bożego źródłem wiary w: Przyczyna Wiesław (red.), Słuchacz Słowa, Wyd. Poligrafia Salezjańska, Kraków 1998, s. 168-169

bowiem zależy od właściwego i faktycznego usłyszenia. Powstaje ona tylko wówczas, gdy nastąpi rzeczywistość akoe, czyli usłyszenie i przyjęcie słowa Chrystusowego, które determinuje ją od względem treści”²¹⁴.

W pierwszych aktach wiary chrześcijańskiej dużą rolę odegrało usłyszane słowo. „Analizując biblijną koncepcję genezy aktu wiary chrześcijańskiej jako *fides ex auditu*, zwróćmy uwagę na pierwszy chronologicznie akt wiary chrześcijańskiej, który należałoby widzieć we fiat Maryi: usłyszawszy Słowo Boże w momencie zwiastowania uwierzyła”²¹⁵. Brak było jeszcze treści, którą Maryja przyjęła w akcie wiary. „Gdyby z kolei zapytać o genezę pierwszego aktu wiary chrześcijańskiej u Chrystusowych uczniów, byłoby rzeczą trudną odpowiedzieć dokładnie kiedy i pod wpływem czego: słyszenia, widzenia czy przeżycia zrodził się u każdego z nich ten akt (...). Niemniej jednak na podstawie tekstów ewangelicznych można przyjąć, iż obok koniecznej łaski Bożej wspomagającej, czymś decydującym były w tym przypadku słowa Chrystusa powołującego apostołów. Na słowo Chrystusa: ‘Pójdźcie za Mną!’ (Mt 4, 19) Piotr i Andrzej ‘natychmiast zostawili łódź i ojca, i poszli za Nim’ (Mt 4, 22), a Mateusz ‘wstał i poszedł za Nim’ (Mt 9, 9). Pójście za Jezusem na Jego słowo powołania było owym pierwszym aktem uwierzenia i zawierzenia Chrystusowi. Później następowało formowanie wiary jako postawy. Słuchanie nauk Chrystusa było czymś istotnych i fundamentalnym w genezie wiary nie tylko apostołów, ale i wszystkich innych do których Jezus przemawiał, wzywając do nawrócenia i wiary”²¹⁶. **Mowa i słuchanie miało więc kluczowe znaczenie w pierwszych aktach wiary chrześcijańskiej. Takie znaczenie może mieć również w naszym akcie wiary.**

Ks. Andrzej Perzyński uważa, że w zasadzie *fides ex auditu* widać ważne rozróżnienie między wiarą a filozofią. Ta ostatnia rodzi się z przemyślenia. „Wiara rodzi się z tego, co się słyszy - mówi św. Paweł (Rz 10, 17). Mogłoby się to wydawać bardziej związane z daną epoką, która może się zmienić (...) tak, że pewnego dnia zamiast ‘słuchania’ można by było powiedzieć iż wiara rodzi się z ‘czytania’ albo z ‘rozważania’. W rzeczywistości musimy powiedzieć, że mamy tu do czynienia z czymś o wiele większym niż z odbłaskiem historycznej chwili. W formule ‘wiara rodzi się ze słyszenia’ mamy przedstawioną trwałą strukturę tego, co tu się dokonuje. Wyraża się w niej

²¹⁴ Tamże

²¹⁵ Tamże

²¹⁶ Tamże

zasadnicza różnica między wiarą a filozofią. Wiara rodzi się ze słuchania, a nie jak filozofia z rozważania. Istotą wiary jest to, że nie jest wynikiem tego, co się da wymyślić (...). Charakteryzuje ją raczej to, że **pochodzi ze słuchania, że jest przyjęciem tego, czego sam nie wymyśliłem**, że myślenie w wierze jest ostatecznie zawsze przemyśleniem tego, cośmy usłyszeli i otrzymali. (...) W wierze jest pierwszeństwo słowa przed myślą. W filozofii myśl wyprzedza słowo (...). Z tym prymatem słowa w wierze łączy się społeczny charakter wiary, który oznacza drugą różnicę w stosunku do zasadniczo indywidualistycznej struktury myślenia filozoficznego. Filozofia jest ze swej istoty dziełem jednostki, która samodzielnie zastanawia się nad prawdą. (...) U początku filozofii stoi prywatne poszukiwanie prawdy (...). Wiara natomiast jest najpierw wezwaniem do wspólnoty, do jedności ducha przez jedność słowa”²¹⁷. A oto jak św. Jan od Krzyża komentuje zasadę *fides ex auditu*: „Nie mamy więc w wierze światła poznania naturalnego, bo jej prawdy nie są współmierne do żadnego zmysłu. Przyjmujemy je tylko ze słyszenia, wierząc w to, czego nas wiara naucza, poddając się tej wierze i zaciemniając naturalne światło rozumu. Dlatego św. Paweł słusznie mówi, że ‘wiara rodzi się z tego, co się słyszy’, to znaczy: wiara nie jest poznaniem przychodzącym przez jakiś zmysł, lecz jest to **przyzwolenie duszy na to, co wnika w nią przez słyszenie**”²¹⁸.

Jak zatem zdefiniować zasadę *fides ex auditu*? Wiara rodzi się dzięki łasce Bożej, która uzdalnia człowieka do przyjęcia postawy otwartości na to, co Bóg ma mu do przekazania, postawy słuchania egzystencjalnego, a potem ta łaska uzdalnia go do przyjęcia tego, co Bóg mu chce przekazać oraz do życia zgodnie z tym, co Bóg mu przekazał, czyli do posłuszeństwa. **Tak można rozumieć zasadę *fides ex auditu* w sensie szerszym jako postawę. W sensie węższym wiara „według słów św. Pawła wnika przez zmysł słuchu”²¹⁹ za przyzwoleniem duszy.** Bóg posługuje się ludzką mową. Bóg przemawia przez ludzi, przez ich życie, a oni wyrażają to w mowie. Kiedy słucham słowa Chrystusa w Kościele, homilii, czyjegoś świadectwa, jeżeli chcę słuchać, a nie tylko słyszeć, otwieram się na to, co da się słyszeć - słucham egzystencjalnie, co już jest łaską, to dzięki znowu tej łasce usłyszane słowa mogą sprawić lub ożywić we mnie wiarę. Można więc zaproponować taką definicję. **Zasada *fides ex auditu* mówi, że dzięki naturalnym zdolnościom audytywnym i komunikacyjnym człowieka oraz**

²¹⁷ Perzyński Andrzej, Symboliczny charakter słowa w ewangelizacji w: Funkcja Słowa w ewangelizacji, Materiały z konferencji 6-8 maja 1998, Archidiecezjalne Wyd. Łódzkie, Łódź 1998, s. 79-80

²¹⁸ Św. Jan od Krzyża, Droga na górę Karmel, dz. cyt., s. 103-104

²¹⁹ Tamże, s. 251

dzięki łasce Bożej możliwe jest w człowieku zrodzenie się lub ożywienie wiary na skutek przyjęcia audytywnego przekazu, a zatem usłyszanego zmysłem słuchu słowa - zazwyczaj o treści religijnej - wypowiedzianego przez kogoś, którego zdolnością mowy Bóg posłużył się jako środkiem dla swojej łaski. Następnie tym, którzy usłyszeli, Bóg może udzielić łaski życia zgodnie z tym, co usłyszeli, czyli posłuszeństwa, co wymaga jednak aktywnej współpracy człowieka z otrzymaną łaską.

Trzeba chcieć słuchać, a potem dawać posłuszeństwo temu, co się usłyszało ze względu na samego Boga, co także dzieje się dzięki łasce Bożej. To etap odpowiedzi na to, co się usłyszało. „Autentyczne Słowa Bożego polega na tym, że odnoszą je do siebie i próbuje na nie odpowiedzieć. Takie słuchanie rodzi potrzebę dzielenia się słowem i przekazywania go innym. Autentyczne słuchanie jest łaską, na którą trzeba się otworzyć i z nią współpracować”²²⁰. „Wiara jest związana z przepowiadaniem. Ktoś głosi nam prawdę, której słuchamy i którą przyjmujemy. Nie może to być jedynie bierne słuchanie. To, co usłyszane, powinno zostać przyjęte. (...) Nie możemy więc być biernymi słuchaczami, ale słowa, które słyszymy muszą zapaść w nasze serca, czyli muszą stać się dla nas drogowskazem życiowym”²²¹. „Proces wiary ma swój dynamizm, swoją rytmikę, swoje etapy (...) Wiara zaczyna się od zewnątrz. Rodzi się z tego, co się słyszy”²²². Przypowieść o siewcy (Mt 13, 1-23) pokazuje, że w słuchaniu bardzo wiele zależy od nas. Słuchanie jest łaską, ale trzeba również uczyć i ćwiczyć się w słuchaniu, by w ten sposób współpracować z łaską. „O losach Słowa Bożego mówi przypowieść o Siewcy. Trzeba ją przeczytać, aby zrozumieć, że owoce siewu zależą także od słuchacza. Bywa, że nie słucha on Słowa Bożego. Bywa, że słucha je on powierzchownie, że nie interesuje go to, co słyszy, nie rozumie go (...). Jest jednak w Kościele większość ludzi, którzy chętnie słuchają Słowa Bożego, karmią się nim i przynoszą owoce świętości”²²³.

Zasada *fides ex auditu* skłania nas do troski o słowo, o język, o środowisko akustyczne. Bóg posługiwał się nim i posługuje nadal. Słowo ludzkie stało się narzędziem łaski Bożej. Słuchanie może być formą odbioru przekazu wiary także dzięki łasce.

²²⁰ Wywiad z ks. Ireneuszem Folcikiem, dz. cyt., s.2

²²¹ Wesoły Szczepan, Czy umiem słuchać? w: www.diecezja.kielecka.kielce.opoka.org.pl/biblioteka/Z/ZD/jp2_sluchac.html, 01-03-13, s.1, cyt. za: Gość Niedzielny 2000, nr 52-53

²²² Chrześcijaństwo religią objawioną. Katechezy katechumenalne w: www.sandomierz.opoka.org.pl/html/bpsan/0204.htm, 01-03-13

²²³ Wywiad z ks. Ireneuszem Folcikiem, dz. cyt., s.2

Również w radiu, które jest częścią sonosfery, dzięki łasce Bożej może nastąpić przekaz wiary. W zasadzie *fides ex auditu* mowa ludzka i zmysł słuchu zyskują pewną nobilitację. Wiara nie rodzi się z patrzenia, smakowania, dotykania czy wężania. Ona rodzi się ze słuchania. Dlaczego? Najdoskonalszym sposobem ludzkiej komunikacji jest język, mowa. Bóg chciał być jak najlepiej zrozumiany przez człowieka, jak najlepiej dotrzeć do niego ze swoim przekazem. Dlatego wybrał komunikację werbalną i audytywną - najprostszą, ale i pozwalającą odebrać najwięcej treści. My także powinniśmy wyciągnąć z tego wnioski, że ta forma komunikacji ma dla przekazywania wiary szczególne znaczenie, bo taką formę komunikacji wybrał Pan Bóg.

Bóg może przemawiać do nas nie tylko poprzez fizycznie usłyszane słowo innych ludzi. Może mówić prosto do naszej duszy i serca **bez pośrednictwa zmysłu słuchu**. Przyjmujemy postawę słuchacza, ale przenośnie. Wsłuchujemy się w głos naszych myśli, które wydają się nam nie być naszymi, tylko pochodzącymi od Boga. Bóg może wejść w naszą autokomunikację, w komunikację intrapersonalną, czyli naszą nieustanną rozmowę samemu z sobą wewnątrz. **Usłyszane wewnętrznie** słowo możemy jednak wygłosić tak, aby je usłyszeć również fizycznie, i aby jako takie mogli je usłyszeć inni. Możemy werbalnie i audytywnie dać świadectwo temu słowu, które usłyszeliśmy wewnętrznie.

Oczywiście Bóg może też przemawiać nie tylko poprzez mowę, ale także przez wydarzenia i znaki, których wyjaśnienie sensu pozostaje jednak kwestią ludzkiej mowy. W tej pracy chodzi przede wszystkim o sposób werbalny i audytywny przekazywania wiary.

2.3. Współczesny słuchacz słowa a przekazywanie wiary

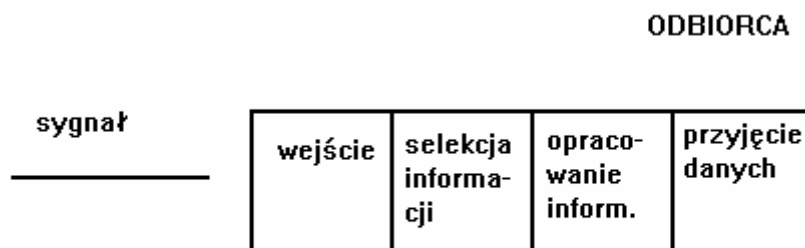
„Długo funkcjonowało przekonanie, że w procesie przekazywania informacji aktywnym czynnikiem jest nadawca, natomiast odbiorca pozostaje bierny (...) wraz z rozwojem środków przekazu, a zwłaszcza zamieszczonej w nim reklamy, rozpoczęto badania nad tym, jak najskuteczniej trafić do odbiorcy, pozyskać go, przekonać. Okazało się wówczas, że odbiorca nie jest biernym elementem sytuacji komunikacji międzyludzkiej, że nie jest bezbronny wobec ‘atakujących’ go informacji, że od niego ostatecznie zależy, co się stanie z nadaną informacją”²²⁴.

Słowo zanim trafi do słuchacza ma szereg przeszkód, zabezpieczeń do pokonania. W procesie przekazu komunikat pochodzący od nadawcy napotyka na swej drodze

²²⁴ Adamek Zbigniew, *Homiletyka*, dz. cyt., s.222

zakłócenia. Świadomość tych zakłóceń, znalezienie sposobu ich ominięcia, a ostatecznie chociażby częściowa ich eliminacja pozwoli na poprawienie odbioru treści komunikatu. Szanse, że dotrze on do odbiorcy w takiej postaci, w jakiej był zamierzony przez nadawcę, wzrosną. Dobrze pokazuje to model komunikacji zaproponowany przez Shannona i Weavera, który „w pierwotnej wersji odnoszony do transmisji sygnałów w układach technicznych (np. telefonia) szybko został zaadaptowany do analizy komunikowania”²²⁵. Model posługuje się nowym pojęciem: **szumu**, czyli źródła zakłóceń w procesie komunikowania. W takim modelu oprócz pytań o nadawcę, odbiorcę i komunikat (kto? i co?) powstaje również pytanie skąd pojawia się szum, gdzie jest źródło zakłóceń, **co zakłóca?** W odniesieniu do przekazywania wiary pytanie to możemy sformułować: co utrudnia przekazywanie wiary, słuchanie kazań, odbiór programów religijnych w radiu i telewizji itd. Idąc w tym kierunku możemy pytać: dlaczego współczesny człowiek ma trudności ze słuchaniem, z przyjmowaniem wiary? Możemy szukać źródeł tych zakłóceń we współczesnej kulturze masowej, technicystycznej cywilizacji, laickich światopoglądach itp. Pragnę tylko ukazać kierunek poszukiwań odpowiedzi na tak postawione pytanie.

Ks. Adamek w „Homiletyce” pisząc o współczesnym odbiorcy kazań posługuje się takim oto schematem:



Źródło: Adamek Zbigniew, Homiletyka, dz.cyt., s. 223

Ks. Adamek posługuje się tylko jedną częścią modelu komunikacyjnego, mianowicie tą odnoszącą się do odbiorcy. Ten model ma także charakter techniczny i z tego względu jest bliski modelowi Shannona i Weavera. Również tutaj komunikat napotyka pewne bariery, które trzeba wyeliminować. Już przy **wejściu** odbiorca podejmuje decyzję, czy będzie słuchał treści werbalnego komunikatu czy tylko słyszał dochodzącą do niego mowę. W następnym etapie, kiedy zdecydował się już na aktywne

²²⁵ Por. Popularna encyklopedia massmediów, dz. cyt., s. 342

uczestnictwo w komunikacji, dokonuje **selekcji**, a więc wychwytuje to, co jest dla niego interesujące i potrzebne. To powoduje **opracowanie** tego, co usłyszał, czy może lepiej usłyszał. W konsekwencji może wreszcie prowadzić do **przyjęcia** usłyszanego komunikatu, a w dalszej perspektywie - kierowanie się, myślenie i życie zgodnie z przyjętym komunikatem. Na każdym z tych etapów odbiorca może dokonać **odrzućcia**: po pierwsze w ogóle możliwości słuchania, po drugie odrzućcia całości lub części komunikatu, jeśli komunikat go nie zainteresował, po trzecie po przemyśleniu odrzućcia komunikatu jako niezgodnego np. z jego poglądami, odczuciami i wreszcie po czwarte - zaniechanie działania zgodnego z tym, co odbiorca usłyszał, z czym nawet się zgadza, ale odrzuca jako normę postępowania. Tak oto powstaje drugie pytanie: co zrobić, aby w przekazywaniu wiary słuchacz chciał słuchać, żeby komunikat go zainteresował, pobudził do myślenia, czyli opracowania i wreszcie, żeby słuchacz przyjął to, co słyszy i był temu posłuszny.

Pozostawmy tutaj zagadnienie łaski Bożej w przekazywaniu wiary, owego Boskiego porządku. Bóg może bowiem otworzyć serce i uszy słuchającego, by ten przyjął komunikat wiary. Zastanówmy się tylko nad porządkiem ludzkim. Co po ludzku możemy zrobić, co usprawnić w komunikacji wiary, aby słuchacz słuchał? Jak skutecznie i na tyle, na ile po ludzku to możliwe, pomóc łasce Bożej w przekazywaniu wiary? Z tych wielu pytań wyłaniają się dwa zagadnienia, nad którymi trzeba się zastanowić. Z pytań o szum i oto, co zakłóca rodzi się **pytanie o współczesnego słuchacza komunikatów werbalnych**. Z pytań o bariery tkwiące w odbiorcy - **pytanie o skuteczną formę przekazywania komunikatu**. Aby odpowiedzieć na pytanie o współczesnego słuchacza, trzeba zadać sobie pytanie o współczesnego człowieka, o jego postawy i mentalność. Z tych postaw wynika także stosunek do komunikacji, do odbioru. Po zbadaniu kondycji człowieka w świecie współczesnym, można następnie myśleć o formacji, o kształtowaniu postawy dobrego odbiorcy i słuchacza. Zagadnienie postawy słuchacza i formy przekazu prowadzącej do skutecznego słuchania wiąże się również z dwojakim rozumieniem słowa *słuchać* jakie występuje w Biblii i chrześcijaństwie: *słuchać* w znaczeniu postawy otwartości na to, co się słyszy i *słuchać* w znaczeniu przyjmować na sposób audytywny treści werbalnego przekazu.

2.3.1. Konsument słowa

„Zasada przystosowania Przepowiadania chrześcijańskiego do ‘wszelkiego

stworzenia' (Mk 16, 18), do ludzi 'wszystkich narodów' i wszystkich czasów 'aż do skończenia świata', pociąga za sobą konieczność ciągłego analizowania mentalności słuchaczy słowa Bożego. Już ewangelie mówią o różnym stosunku słuchaczy do przemówień Chrystusa, który nb. w przypowieści o siewcy i ziarnie (Łk 8, 4-15) stworzył pierwszą w Nowym testamencie typologię słuchaczy słowa Bożego, nie tracącą po dziś dzień na aktualności, boć przecież w najgłębszej swej istocie człowiek jest wieczny i nie tak wiele zmienia się zasadnicza 'kondycja ludzka'. A jednak ten sam człowiek (...) zanurzony w zmienności, zmieniając świat, zmienia i samego siebie. Stąd potrzeba nowych diagnoz (...) rozpoznania będących warunkiem skuteczności tego typu dialogu zbawienia, jaki prowadzić muszą głosiciel i słuchacz słowa Bożego²²⁶. Ks. Pasierb nie chcąc tworzyć jakiejś nowej typologii²²⁷ proponuje jednak, by o współczesnym człowieku mówić jako o człowieku technicznym, masowym i apokaliptycznym²²⁸. Pisząc o **człowieku technicznym** dostrzega takie ujemne zjawiska jak: racjonalizm, laicyzację, indyferentyzm, relatywizm oraz kryzys autorytetu. Dostrzega, że współcześni ludzie są raczej praktykami i chętnie przyjmują to, co może mieć praktyczne zastosowanie w ich życiu. Ten praktycyzm może mieć, jego zdaniem, walor dodatni, przyczynić się do kształtowania takiej postawy, aby wierni byli nie tylko słuchaczami, lecz 'czynicielami' słowa²²⁹. Kultura masowa prowadzi do jednolitości i powszechności, mówiąc dzisiejszym językiem - do globalizacji. **Człowiek masowy** jest niechętny wysiłkowi myślowemu, towarzyszy temu rozleniwienie i apatia. Dzieje się tak za sprawą ułatwionej percepcji²³⁰. Media nie zachęcają do samodzielnych poszukiwań, raczej podają gotowy produkt. Konsekwencją tego jest konsumizm medialny. Komunikat staje się produktem do sprzedania odbiorcy. „Jakież cechy pozytywne posiada - jako słuchacz słowa Bożego - człowiek masowy? Niewątpliwie w jakimś momencie rodzi się w nim pod wpływem niezadowolenia z płytkich, naiwnych i uproszczonych formuł informacji i rozrywek dostarczanych mu przez kulturę masową - głód głębi²³¹. Ks. Pasierb widzi tu możliwość przewyciężenia infantylnej i ogłupiającej kultury comics i digest. Dostrzega jednak konieczność poprawienia zrozumiałości przekazywania słowa, a więc, postawiony także w tej pracy, problem formy. **Człowiek apokaliptyczny** to inne ujęcie współczesnego

²²⁶ Pasierb Janusz St., Pionowy wymiary kultury, Znak, Kraków 1983, s.25

²²⁷ Por. Tamże, s.25-26

²²⁸ Por. Tamże, s.26-37

²²⁹ Por. Tamże, s.30

²³⁰ Por. Tamże, s.31

słuchacza słowa Bożego. Żyje on w świecie lęków i zagrożeń, często czuje się wyalienowany, sfrustrowany i pozbawiony korzeni - ciągłości kulturowej, związania z rodziną i miejscem zamieszkania²³². Powszechne dziś zjawiska jak migracje związane z industrializacją i urbanizacją, także tzw. wędrówka za pracą i związana z tym często rezygnacja z jakości życia osobistego i rodzinnego na rzecz utrzymania tej pracy rodzą we współczesnym człowieku takie właśnie niepokoje. Człowiek szuka spokoju, bezpieczeństwa i przynależności. Pozytywy wynikające z tej postawy? Człowiek jest dziś bardziej wykształcony, co sprzyja likwidacji zabobonów i przesądów. Współczesnego słuchacza trzeba traktować jako dojrzałego, myślącego oraz mającego duże poczucie godności osobistej. Chce on dokonywać świadomych wyborów i trzeba się z tym liczyć, nie można narzucać czegoś na siłę. Z drugiej strony miejsce „zwierzęcego strachu” człowieka, lęku o przyszłość i terażniejszą egzystencję, musi zająć miłość. „Być może, że największą współczesną szansą dla ewangelizacji jest oczekiwanie ludzi na Boga, który jest miłością”²³³.

Istnieje zapewne więcej takich typologii słuchaczy słowa Bożego i typologii współczesnego człowieka. Wyróżnia się np. różne typy słuchaczy w zależności od stopnia ich religijności, wieku i stanu cywilnego²³⁴. Przeprowadza się badania statystyczne dotyczące przyswajalności niektórych prawd wiary²³⁵, stosunku do praktyk religijnych²³⁶, reguł moralnych²³⁷, więzi z Kościołem²³⁸. Bada się również oczekiwania słuchaczy wobec kazań²³⁹. Badania, które mają zastosowanie w homiletyce można również wykorzystywać w medialnym przekazywaniu wiary, zwłaszcza w przekazywaniu werbalnym i audytywnym np. w radiu.

Spośród tych różnych typów i typologii jedna postawa szczególnie zwraca uwagę. Współczesny człowiek jako odbiorca staje się dziś przede wszystkim **konsumentem** komunikatu, traktuje go jako produkt, który przez fakt oglądania, czytania czy słuchania może kupić albo i nie. Do takiej postawy przyczyniają się głównie przemiany ekonomiczne - zjawisko wolnego rynku i konkurencji, a także filozofia marketingowa, w

²³¹ Tamże, s.32

²³² Por. Tamże, s.34

²³³ Tamże, s.37

²³⁴ Por. Kołodziejczyk Józef, Charakterystyka religijności słuchaczy kazań w: Przyczyna Wiesław (red.), Słuchacz Słowa, dz. cyt., s.198

²³⁵ Por. Tamże, s.202-206

²³⁶ Por. Tamże, s.207-211

²³⁷ Por. Tamże, s.211-214

²³⁸ Por. Tamże, s.214-218

której produkt z założenia ma być dostosowany do życzeń kupującego. Przedsiębiorcy specjalnie rozbudzają potrzeby konsumentów, aby tylko kupili wytworzony przez nich produkt lub usługę. Współczesny konsumizm przestaje być sposobem zaspokajania ludzkich potrzeb a staje się raczej sposobem na budzenie nowych lub próbą zaspokajania trudno zaspokajalnych (tj. bezpieczeństwo, zdrowie, wykształcenie) w łatwy sposób (poprzez zakup produktu czy usługi). Współczesny człowiek kupuje coraz więcej niekoniecznie potrzebnych mu produktów. W miarę dojrzewania do konsumpcji uczy się żyć w wielości dostępnych produktów i usług dostrzegając konieczność selekcji. Wybiera tylko to, co go zainteresuje. Jednak coraz trudniej go zainteresować.

Oto powstaje nowy typ odbiorcy słowa Bożego. Można go nazwać **konsumentem słowa Bożego**. Zgodnie z tą postawą: religia to też produkt czy usługa mająca zaspokoić jego duchowe potrzeby. Już takie nastawienie jest redukcją religii do magii, w której to człowiek chce zapanować nad bóstwem, a nie w sposób wolny mu się poddać. Po drugie doświadczenie wielości produktów i usług oraz przekonanie, że to ja wybieram produkt czy usługę, a nie na odwrót może rodzić postawę religijności samoobsługowej. „Chrześcijaństwo ‘samoobsługowe’ (...) to rodzaj religijności, w której treść wiary, sposób relacji z Bogiem, zakres obowiązków religijno-moralnych miałby ustalać sam wierzący(...)”²⁴⁰. Komunikat wiary płynie od Boga, został powierzony Kościołowi i jako taki go przekazujemy nie dostosowując go do naszych życzeń i pragnień. Współczesny słuchacz chce często wybierać z religii tylko to, co mu się w niej podoba odrzucając ją jako całość. Konsument medialny, tzn. przyzwyczajony do traktowania programów radiowo-telewizyjnych jako produktu, będących źródłem rozrywki i wiedzy, podobnie będzie traktował „ofertę programową” Kościoła.

W szukaniu właściwej formy Kościół zadaje sobie pytanie, na ile dostosowywać się do tej konsumenckiej postawy współczesnego człowieka, a na ile być jej przeciwnym. Kościół nie może pozwolić na wybiórcze traktowanie depozytu wiary i reguł moralnych, ale z drugiej strony nie chce utracić kontaktu ze współczesnością i żywotności tego, co głosi. Szukając formy dla swego przekazu stwierdza, że powinien być atrakcyjny dla konsumenta słowa Bożego. Tylko w jaki sposób, by z jednej strony zachować depozyt, a z drugiej - być godnym zainteresowania ze strony człowieka? Przewyciężenie konsumizmu może dokonać się za pomocą samego konsumizmu. Dziś liczy się to, co

²³⁹ Por. Tenże, Religijność słuchaczy a ich oczekiwania wobec kazań w: Tamże, s.219-239

²⁴⁰ Por. Seweryniak Henryk, Świadectwo i sens, dz. cyt., s.89

oryginalne, nowatorskie i kreatywne. Coś, co przyciągnie uwagę człowieka. Tutaj tkwi rozwiązanie problemu formy. Kościół ma to coś oryginalnego i ciągle nowatorskiego do zaoferowania współczesnemu człowiekowi. Domaga się pewnego radykalizmu w wyznawaniu wiary i w postępowaniu. Ale w zamian daje rozwój duchowy, pozwala na głębsze zrozumienie siebie i zbliżenie się do Boga. Głód głębi, największa potrzeba człowieka, o której pisał ks. Pasierb, domaga się zaspokojenia. Nie uda się tego uczynić bez wysiłku, cierpliwości, ofiary. To wyzwanie i takie wyzwanie stawia Kościół ukazując słuchaczowi ciągle i nieprzerwane nowatorstwo i żywotność Ewangelii. Jest to także sposób na przezwyciężenie konsumizmu. Zaciekawic, przedstawić coś oryginalnego, czyli postąpić zgodnie z wymaganiami konsumenta słowa, ale zaraz potem stwierdzić, że nie ma łatwej drogi i prostych rozwiązań, że pewnych potrzeb nie zaspokoi się łatwo, a na pewno nie za pieniądze.

Na początku trzeba poszerzyć horyzont odbiorcy, pokazać mu głębsze widzenie świata i samego siebie, obudzić w nim potrzebę świadomego i rozumnego życia, a dopiero w tym kontekście przekazywać wiarę. To poszerzone i pogłębione widzenie świata i człowieka jest już pewną krytyką konsumpcji. Oto bowiem są wartości, które nie są produktami, tzn. których nie można kupić. Konsumpcja materialna nie zaspokoi wszystkich ludzkich potrzeb. Po drugie także konsumpcja łatwa²⁴¹. Konieczny jest wysiłek odbiorcy, jego własna aktywność, bo wartość jest czymś, co się zdobywa, to wyzwanie, troska. Taką wartością jest też wiara.

Celem medialno-katechetycznej działalności Kościoła nie jest osiągnięcie największego zysku czy popularności, słuchalności lub oglądalności, która także przekłada się na zysk. Co prawda chodzi o zbawienie wszystkich ludzi, ale ważniejsza od ilości jest jakość. Nie jest tak istotna ilość wyznawców Chrystusa, co jakość wyznawanej przez nich wiary. Dlatego nie należy obawiać się **radykalizmu ewangelicznego**, który może wielu zrazić, ale wielu innych przyciągnąć do Chrystusa i zmienić ich życie. Co więcej brak takiego radykalizmu może spłyć orędzie chrześcijańskie. Przełoży się to na ilość wyznawców, ale ograniczy znaczenie jakości, a także może naruszyć depozyt wiary. Radykalizm ewangeliczny, czyli stawianie wymagań religijno-moralnych, choć wydaje się

²⁴¹ Współczesną kulturę określa się niekiedy jako „typu instant” czyli „natychmiastową”. Człowiek żąda natychmiastowego zaspokojenia swojej potrzeby i tak np. McDonalds i Coca-cola to natychmiastowa forma pożywienia, e-mail, fax, telefon komórkowy - natychmiastowa komunikacja, internet, CNN - natychmiastowa informacja o wydarzeniach, Concorde - natychmiast jest się w Nowym Jorku itp. por. Popularna encyklopedia mediów, dz.cyt., s. 279

niepopularne i nie powiększa rzeszy wyznawców, paradoksalnie świadczy o atrakcyjności wiary i Kościoła. Kościół nie musi być popularny, ma być za to autentyczny i wiarygodny. Nie musi aż tak bardzo przejmować się swoją atrakcyjnością dla współczesnego człowieka. On jest paradoksalnie atrakcyjny przez to, że stawia na radykalizm. W pewnym sensie Kościół tworzy alternatywną kontrkulturę dla współczesnej kultury masowej i konsumenckiej. Nie zwalnia to jednak Kościoła z obowiązku dostosowania form głoszenia do współczesności. Zmierzamy przecież do eliminacji szumu i barier u odbiorcy, a więc tego wszystkiego, co przeszkadza w skutecznym przyjęciu słowa Bożego. Kościół sam podjął się takiej próby na Soborze Watykańskim II poprzez reformy w duchu *aggiornamento*.

Zagadnienie formy powróci w rozdziale 3 przy omawianiu radiowych form przekazywania wiary, a przede wszystkim w **pytaniu o komercyjność medium religijnego**. Na ile sprzyjać i przyciągać słuchacza stosując reguły wolnorynkowe, a na ile stanowczo głosić wyznawane prawdy nie zwracając uwagi na życzenia odbiorcy? W świetle tego, co zostało tu w szczątkowej i ogólnej formie powiedziane odpowiedź sprzyja tej drugiej stronie: **stanowczo głosić wyznawane prawdy, ale z zastrzeżeniem: w atrakcyjnej formie**. Przyjęcie radykalizmu ewangelicznego jako programu stacji radiowej może prowadzić do spadku słuchalności tej stacji. Ale za to podniesie jakość tego medium, przyciągnie do siebie ambitnego słuchacza, zwiąże go z daną stacją i paradoksalnie poprzez głoszenie tego, co uznaje się ostatnio za niepopularne, może przyczynić się do medialnego sukcesu właśnie ze względu na oryginalność i zdecydowane poglądy. Uzasadnionym wydaje się przekonanie, że to medium staje się popularnym, które jest autentyczne i niezmiennie swoich poglądach. Nie można jednak bagatelizować zagadnienia formy, bo słuchacz w ogóle nie podejmie decyzji słuchać czy nie słuchać. Dlatego głoszonemu radykalizmowi ewangelicznemu powinien towarzyszyć **medialny profesjonalizm**, dobre rozeznanie się w naturze i formach przekazu możliwych w danym medium.

3. Audytywność radia sprzyja przekazywaniu wiary w myśl zasady *fides ex auditu*

„Choć w ewangelizowaniu świata Kościół od dawna posługuje się telewizją, internetem, to jednak spośród mediów elektronicznych opowiada się zdecydowanie za radiem. Przede wszystkim dlatego, że natura oddziaływania tego medium odpowiada podstawowym mechanizmom ewangelizacji. Jak wiadomo głównym środkiem jakim się ona posługuje jest słowo. Wszak już św. Paweł Apostoł podkreślał, że „wiera rodzi się z tego, co się słyszy, tym zaś, co się słyszy jest słowo Chrystusa” (Rz 10, 17). Dlatego mówi się, że audytywność radia sprzyja przekazywaniu wiary. Jego naturalne właściwości, jak np. intymność, ekspresyjność, wyobraźniowość, niewidzialność czy dźwiękowość sprawia, że słowa wypowiedzane na antenie mogą skutecznie oddziaływać na duchowość człowieka i przyczyniać się do jej pogłębienia”²⁴². To zdanie bp Lepy, podobne do zamieszczonego w „Pedagogice massmediów”²⁴³, jest główną tezą mojej pracy. **Audytywność radia przyja przekazywaniu wiary w myśl zasady *fides ex auditu***. Z jednej strony mamy radio, jego istotowe cechy jak audytywność (odbieralność słuchem) i aikoniczność (wyłącznie słuchem) oraz inne cechy z nich wynikające. Z drugiej strony -przekazywanie wiary oraz spostrzeżenie św. Pawła, że „rodzi się ona ze słuchania”. Słowo **słuchać jest miejscem spotkania radia i przekazywania wiary**, pozwala sądzić, że jedno i drugie ma ze sobą wiele wspólnego.

3.1. Radio jako medium religijne

Radio od początku swojego istnienia było wykorzystywane do celów religijnych. Samo w sobie nie jest medium religijnym. Media z natury są neutralne. Dopiero ich wykorzystanie, treść przekazu decyduje o ich charakterze. Mówiąc o radiu jako medium religijnym mam na myśli wykorzystywanie radia do przekazywania wiary. O tym, że może być w ten sposób wykorzystywane świadczy jego historia, różnorodność form medialnego przekazywania wiary w radiu oraz niektóre wypowiedzi Kościoła.

3.1.1. Argument historyczny

Oto kilka faktów historycznych. (1) „Few people are aware that the very first radio broadcast was in fact religious - and Christian - in nature. Although morse code had been

²⁴² Lepa Adam, Parafia z własnym radiem w: Katolickie Radio Warszawa w Miedzeszynie 1991-1996, Wyd. im. Stefana kardynała Wyszyńskiego Soli Deo, Warszawa 2001, s. 3

²⁴³ Por. Tenże, Pedagogika ..., dz. cyt., s. 79

in use for a short time already it was not until 1906 that the first voice transmission was made. The occasion was Christmas Eve. A Canadian experimenter by the name of Reginald Aubrey Fessenden broadcast a special message to ships off the east coast of the United States. It consisted of the playing of a violin solo of Gounod's „O Holy Night” followed by a reading from St. Luke's Gospel and more music. The first regular Christian broadcasts were church services in the US from Calvary Episcopal church in Pittsburgh in 1920 while in the United Kingdom the British Broadcasting Corporation (BBC) has broadcast Christian programs ever since the day they first went on the air in 1923. The first international Christian radio station (NCRV) was set up the following year in the Netherlands by the Dutch Protestants”²⁴⁴. (2) Radio watykańskie powstało w 1931 roku. „W pracach przygotowawczych i uruchamianiu uczestniczył sam wynalazca radia - Guglielmo Marconi”²⁴⁵. (3) Św. Maksymilian Maria Kolbe założył radio Niepokalanów w 1938 roku, podczas gdy za początek polskiej radiofonii uważa się rok 1924. (4) Audycje religijne w radiu nadawano wcześniej niż audycje sportowe. Powyższe przykłady (a jest ich zapewne więcej) dowodzą, że kościoły chrześcijańskie, a w tym Kościół Katolicki, interesowały się radiem od samych jego początków, a także praktycznie je wykorzystywały zanim pojawiła się teologiczna i duszpasterska refleksja nad tym medium. Pokazuje to również współczesna historia radia w Polsce. (1) Już w latach 80-tych istniały katolickie „okienka” w Polskim Radio oraz transmitowano mszę świętą z kościoła św. Krzyża w Warszawie. (2) Po 1989 roku kiedy w Polsce rodziła się wolna radiofonia komercyjna diecezje jako pierwsze otrzymały częstotliwości radiowe na mocy ustawy regulującej stosunki państwo-Kościół. (3) Rok 1991 był początkiem RMF-u i radia Zet, ale także Radia Maryja.

Z samej historii możemy wnioskować, że religia i radio są bliskie sobie, ponieważ miały taki, a nie inny początek. Są sobie bliskie, bo niemal od samego początku powstania światowej radiofonii czy radiofonii polskiej po 1989 roku wiara znalazła przyjazne warunki do głoszenia i wyznawania właśnie w radio. Historia telewizji nie wykazuje takiej bliskości i takiego przyjaznego początku. Patrząc od strony wiary możemy powiedzieć, że widocznie Bóg wybrał sobie to medium i polecił nim się posługiwać do przekazywania wiary. Radio i religia były sobie bliskie. Widocznie radio

²⁴⁴ Radio in mission, Lausanne Committee for World Evangelization 1989 w: www.febc.org/rim1989.html, 01-02-13, s.2

²⁴⁵ Popularna encyklopedia massmediów, dz. cyt., s. 456

sprzyjało przekazywaniu treści religijnych, zanim ktokolwiek zadał sobie pytanie, dlaczego tak jest. To sprzyjanie ukazują, tu jedynie naszkicowane, dzieje związków religii z radiem, stąd można mówić o argumencie historycznym.

3.1.2. Pius XII o radiu

Pierwszym dokumentem Kościoła poświęconym radiu jest encyklika Piusa XII „Miranda prorsus” z 1957 roku. Radio było wykorzystywane najpierw praktycznie, potem pojawiła się refleksja teologiczna i duszpasterska. „Z niemiejszą troską (...) pragniemy wyłożyć Wam, z jaką uwagą odnosimy się do innego środka służącego rozpowszechnianiu wiadomości, wprowadzonego w życie niemal równocześnie z filmem. Mówimy mianowicie o radiu”²⁴⁶. „Radio bowiem - jak to podkreślaliśmy w jednym z Naszych przemówień do pewnego zespołu obsługi radiowej - ma to do siebie, że jest niejako niezależne i wolne od uwarunkowań miejsca i czasu, które stają na przeszkodzie i utrudniają działalność pozostałych środków, jakie wykorzystują ludzie do porozumiewania się pomiędzy sobą. Radio bowiem w jednej chwili przekraczając z prędkością nieskończenie większą od fal głosowych wszelkie granice tak szybko jak światło przekazuje wiadomości, jakie mu się powierza”²⁴⁷. „Możliwość słyszenia innych ludzi, śledzenia odległych wydarzeń przy jednoczesnym pozostawaniu w obrębie swego domu i uczestniczenia na odległość w przejawach życia społecznego i kulturalnego odpowiada najgłębszym pragnieniom człowieka. Nic więc dziwnego, że w wielu domach tak szybko pojawiły się odbiorniki radiowe...”²⁴⁸. Pius XII dostrzegł, że radio jest medium ekonomicznym oraz że jest w stanie docierać do wielu grup społecznych. Upowszechnienie się radia było podstawowym argumentem za wykorzystaniem tego medium w misji Kościoła. Możliwość docierania z przekazem wiary jest dzięki wykorzystaniu radia większa. „...obietnice szczęścia wiecznego powoli dochodziły do ludzi przez Apostołów, przebywających wyboiste drogi starożytnego świata, podczas gdy dzisiaj słowo Boże w jednej chwili może dojść do miliardów ludzi”²⁴⁹. Pius XII podkreśla, że radio może odgrywać rolę wychowawczą. „Wszyscy dobrze wiedzą, jak bardzo dobre audycje radiowe mogą się przyczynić do należytego wychowania ludzi. Ożywanie radia pociąga za sobą jednak ciężar odpowiedzialności, ponieważ podobnie jak i innych wynalazków technicznych, tak i tego użyć można zarówno do dobrego, jak i do

²⁴⁶ Pius XII, *Miranda prorsus*, 107 cyt. za: www.kns.prv.pl/miranda.html

²⁴⁷ Tamże, 109

²⁴⁸ Tamże, 111-112

złego. Także do radia można odnieść słowa Pisma św.: „Przy jego pomocy wielbimy Boga Ojca, i nim przeklinamy ludzi stworzonych na podobieństwo Boże. ‘Z tych samych ust wychodzi błogosławieństwo i przekleństwo’ (Jk 3,9-10)”²⁵⁰. Pius XII widzi potrzebę świadomego słuchania radia i selekcji programów²⁵¹ oraz nakłada pewne obowiązki na radiosłuchaczy²⁵². Popiera transmisje religijne w radiu, dostrzega potrzebę profesjonalizmu i chrześcijańskiej formacji pracowników radia. „Rozważając przeto uważnie możliwości, jakie nam daje radio w dziedzinie apostołstwa i przynagleni nakazem Boskiego Zbawiciela: ‘Idąc na cały świat, głosicie Ewangelię wszelkiemu stworzeniu’ (Mt 16, IS), usilnie wzywamy was, Czcigodni Bracia, abyście z każdym dniem coraz bardziej popierali i udoskonalali transmisje religijne, stosownie do miejscowych potrzeb i możliwości. Uwzględniając fakt, że godne przedstawienie obrzędów liturgicznych, prawd wiary i informacji o życiu Kościoła, przy wykorzystywaniu wynalazku Marconiego wymaga, obok koniecznej czujności, także talentu i szczególniejszej sprawności zawodowej, trzeba ze specjalną troską przygotować kapłanów i świeckich do tego ważnego zadania. W tym celu w krajach, gdzie katolicy rozporządzają nowoczesnymi środkami technicznymi i długim doświadczeniem, należy zorganizować odpowiednie kursy dokształcające, które umożliwią kandydatom, także innych narodów, nabranie sprawności zawodowej, niezbędnej dla zapewnienia audycjom religijnym odpowiedniego poziomu artystycznego i technicznego”²⁵³. Zazwyczaj Kościół wypowiada się o radiu i telewizji wspólnie traktując je jako elektroniczne środki społecznego przekazu. W „Miranda prorsus” Pius XII podjął się osobnej refleksji nad radiem. W „Communio et progressio” Kościół stwierdza, że „do najbardziej pożądanых przekazów religijnych zaliczają się w pierwszym rzędzie msza święta i inne nabożeństwa”²⁵⁴. Jaką rolę odgrywają radiowe programy religijne? Odpowiedź odnajdujemy w „Communio et progressio”. Programy religijne w radiu:

- kształtują nowe stosunki pomiędzy wiernymi,
- wzbogacają pobożność i życie duchowe,
- dopomagają w kształceniu religijnym i ofiarnej służbie Kościołowi i światu,
- są niezwykle użyteczne dla osób starszych i chorych, którzy nie mogą bezpośrednio

²⁴⁹ Tamże, 113

²⁵⁰ Tamże, 115

²⁵¹ Por. Tamże, 116

²⁵² Por. Tamże, 122-124

²⁵³ Tamże, 126-128

uczestniczyć w życiu Kościoła,

- nawiązują serdeczny stosunek z ludźmi, którzy chociaż są oddaleni od wspólnoty kościelnej, albo odłączają się od niej, jednak podświadomie szukają duchowego kontaktu,
- niosą posłannictwo ewangeliczne tam, gdzie Kościół nie prowadzi jeszcze swojej działalności²⁵⁵.

Radio nie miało nigdy zastępować kościoła, w którym gromadzą się wierni - zarówno na sposób duchowy, jak i fizyczny. Radio miało docierać wszędzie tam, gdzie pełne uczestnictwo w Eucharystii, rzeczywisty kontakt ze wspólnotą Kościoła jest utrudniony. Dotyczyło to przede wszystkim ludzi chorych, którzy nie mogli uczestniczyć w niedzielnej mszy świętej w Kościele. „Jednak wysłuchanie mszy świętej przez radio nie jest tym samym, co osobiste uczestnictwo w boskiej ofierze. Radio nie zastępuje całkowicie kontaktu osobistego”²⁵⁶. Niektórzy skłonni są uważać, że to jest to samo. I chociaż mogą chodzić do kościoła, poprzestają na wysłuchaniu mszy św. w radiu. Mówi się niekiedy o syndromie elektronicznego kościoła²⁵⁷. Słuchanie transmisji i nabożeństw oraz innych programów religijnych ma prowadzić do bezpośredniego kontaktu z Kościołem, z życiem sakramentalnym, ze wspólnotą wierzących. Ten kontakt nie może się zakończyć na etapie medium. Tutaj rola radia religijnego się kończy. Radio może przekazywać wiarę, ale nie może być to jedyna forma życia wiarą. Wysłuchać mszy świętej to nie to samo, co w niej uczestniczyć bezpośrednio. Uczestniczenie pośrednie przez medium jest ograniczone. Radio nie udzieli nam komunii świętej.

Również formacja chrześcijańska domaga się bezpośredniego kontaktu z człowiekiem: ze spowiednikiem, katechetą, ojcem duchownym. Radio tego nie umożliwia. Zatem radio, które przekazuje lub ożywia wiarę w radiosłuchaczu jest tylko pomocnikiem w przekazywaniu wiary, środkiem ograniczonym i jako takie powinno zachęcać i kierować swojego słuchacza do bezpośredniej formy przekazywania wiary, a nade wszystko do życia sakramentalnego. Nie można jednak zaprzeczyć, że dzięki radiu można autentycznie modlić się ze wspólnotą wierzących oraz formować swoją wiarę poprzez słuchanie radiowej katechezy. Tak jak, zdaniem McLuhana radio to „przedłużony” zmysł słuchu - o czym będzie jeszcze mowa, tak można sądzić, że radio to

²⁵⁴ Instrukcja duszpasterska *Communio et progressio*, dz. cyt., 151

²⁵⁵ Tamże, 150

²⁵⁶ Baczyński Andrzej, *Telewizja w służbie ewangelizacji*, Wyd. Poligrafia Salezjańska, Kraków 1998, s.14

²⁵⁷ *Syndrom of electric church* por. *Radio in mission*, dz. cyt., s.17

„przedłużenie” katechetycznej misji Kościoła. Dzięki radiu Kościół rozszerzył swoją misję głoszenia Ewangelii. Nie zastąpi to jednak osobistego udziału w liturgii.

3.1.3. Typologia radia religijnego

Tak jak jest wiele typologii współczesnego słuchacza słowa Bożego, tak zapewne można zaproponować wiele typologii chrześcijańskich rozgłośni radiowych. Radio może być wykorzystywane w służbie nie tylko religii chrześcijańskiej. W internecie można spotkać rozgłosnie islamskie i hinduskie nadające program religijny. Nas interesuje głównie radio katolickie.

Radio dzieli się ze względu na formaty muzyczne lub słowne, tematykę, grupę docelową słuchaczy. Podstawowym rozróżnieniem jest podział na **radio typu talk** - nadające głównie audycje słowne oraz na **radio typu music**, w których programie dominuje muzyka. Różnorodność gatunków muzycznych warunkuje różnorodność muzycznych formatów radiowych. Nie sposób wymienić wszystkich. W praktyce dominują rozgłosnie w których programie jest zarówno muzyka jak i słowo. Różnorodność tematyki również warunkuje różnorodność rozgłośni tematycznych. Są np. radia wyłącznie o sporcie, motoryzacji, biznesie. Wreszcie mamy podział ze względu na grupę docelową słuchaczy, który jest bardzo istotny z punktu widzenia reklamodawców, których interesuje np. tylko młodzież, więc wybierają te stacje i audycje, w których programie mogliby umieścić reklamę skierowaną do tej właśnie grupy.

Obserwując polską radiofonię kościelną Bp Chrapek wyodrębnił trzy główne rodzaje stacji katolickich. „Jeśli chodzi o formułę radiostacji kościelnych, to można wyróżnić trzy rodzaje ‘robienia’ radia katolickiego. Są one sposobem poszukiwania najwłaściwszej formuły oraz uczeniem się natury i języka tego medium w aspekcie przekazywania treści religijnych. W tym ostatnim względzie jest bowiem bardzo wiele do zrobienia. Nie ma natomiast wypracowanych wzorców”²⁵⁸. Bp Chrapek wyróżnia:

- **radio typowo religijne**, z dużym udziałem programów modlitewnych i formacyjnych, utrzymywane głównie z ofiar radiosłuchaczy, bez reklam, program realizowany przez wolontariuszy, nacisk na bezpośredni kontakt ze słuchaczami (takim radiem jest *Radio Maryja*),
- **radio w większości nadające program religijny**, podejmujące problematykę religijną obok społeczno-kulturalnej i lokalnej, w którym 75-80% programu stanowi tematyka

²⁵⁸ Chrapek Jan, Pięćdziesiąt lat transformacji radia katolickiego w Polsce (1989-1994) w: Transformacja radia

religijna, częściowo utrzymywane z reklam, a częściowo przez diecezje, o formule powolnej, refleksyjnej, adresowanej głównie do średniego pokolenia (np. *Katolickie Radio Podlasie*),

- **radio nadające w niewielkim stopniu program religijny**, który stanowi 10-15% programu stacji, dominuje tematyka społeczna, kulturalna i lokalna, radio szybkie, z dużą ilością muzyki popularnej, finansowane głównie z reklam, skierowane do młodzieży (np. *Radio Plus*)²⁵⁹

Podobno typologię można przeprowadzić dla audycji religijnych. Możemy je podzielić na:

- transmisje religijne (mszy św. i nabożeństw)
- audycje modlitewne (róžaniec na antenie radia)
- audycje informacyjne (np. Serwis Radia Watykańskiego)
- audycje formacyjne (np. katechezy radiowe)
- audycje o muzyce CCM²⁶⁰ (np. listy przebojów z muzyką chrześcijańską)
- audycje popularyzujące wiedzę religijną (np. audycje biblijne, radiowe quizy religijne).

Wykorzystujemy radio do celów religijnych, to znaczy, że wszelkie dostępne formy radiowe mogą być wykorzystane do celów religijnych. Możemy mieć religijne reportaże, konkursy, serwisy informacyjne, audycje typu talk z telefonicznym udziałem słuchaczy. O niektórych audycjach możemy powiedzieć od razu, że są religijne rozpoznając tematykę, której są poświęcone. Są jednak audycje i formy neutralne religijnie jak np. serwis informacyjny z kraju i ze świata. Dobór informacji przez rozgłośnie może być jednak dyktowany względami religijnymi. Serwisy informacyjne tworzą pewien obraz świata. Od ludzi przygotowujących dany serwis, zależy czy będzie to chrześcijański obraz wydarzeń, czy nie. Można zatem wyróżnić audycje:

- religijne pod względem formy (transmisje, modlitwa na antenie),
- religijne pod względem tematyki (audycja biblijna, o muzyce chrześcijańskiej),
- religijne pod względem sposobu odbierania rzeczywistości i prezentowania jej w danym medium (serwis informacyjny z kraju i ze świata przygotowany przez chrześcijańskich dziennikarzy, audycje poradnicze i rodzinne).

Tworzenie takich typologii ma pomóc w uporządkowaniu naszej wiedzy o radiu

w Polsce i na świecie, materiały konferencyjne, Katowice 1996, s. 198

²⁵⁹ Por. Tamże

²⁶⁰ CCM - christian contemporary music, muzyka chrześcijańska.

religijnym, a przede wszystkim posłużyć, jak to zauważył bp Chrapek, do znalezienia najwłaściwszego sposobu wykorzystania radia do celów religijnych.

3.2. Audytywność radia a przekazywanie wiary

Niektórzy twierdzą, zwłaszcza specjaliści od reklamy, że radio jest medium upośledzonym, bo działa tylko na jeden ze zmysłów człowieka: na słuch²⁶¹. „Radio ma możliwość prezentacji jedynie za pomocą dźwięku”²⁶². Jest to pewna trudność także z punktu widzenia przekazywania wiary, bo wiara ma się wyrażać nie tylko w słowach, ale i w uczynkach. „Jeśli na przykład brat lub siostra nie mają odzienia lub brak im codziennego chleba, a ktoś z was powie im: Idźcie w pokoju, ogrzejcie się i najedzcie do syta! - a nie dacie im tego, czego koniecznie potrzebują dla ciała - to na co się to przyda? Tak też i wiara, jeśli nie byłaby połączona z uczynkami, martwa jest sama w sobie” - pisze św. Jakub (Jk 2, 16-17). „Christian belief (...) need to be fleshed out in practice if they are to be credible and convincing. Words are cheap, and all radio can offer is words”²⁶³. Mimo to, inni uważają, że radio przekazując tylko to, co się słyszy podkreśla znaczenie słuchania, ważne w przekazywaniu wiary. Radio „obok muzyki emituje także mowę, która jest najważniejszym środkiem komunikacji międzyludzkiej. W związku z tym autorzy zwracają uwagę na prymat słuchu przed wzrokiem. Podaje się tu przykład, że dziecko głuche jest często dzieckiem pozbawionym radości i zdradza braki w zakresie społecznienia. Tymczasem dziecko niewidome takich braków zasadniczo nie wykazuje”²⁶⁴. Możemy powiedzieć, że w przekazywaniu wiary słuch jest ważniejszy od wzroku. Jednak równie ważne jest praktyczne wyznawanie wiary, dawanie świadectwa czynem, a nie tylko słowem i w tym zakresie rola radia jest ograniczona. Zdarza się jednak, że rozgłośnie radiowe, osoby w nich pracujące, podejmują czynne działania, a o przebiegu tych działań informują słuchaczy na antenie. Przykładem mogą być rozmaite akcje charytatywne, które są często organizowane i nagłaśniane przez stacje radiowe. Wtedy mamy swoiste świadectwo czynu wyrażone w słowie i sama wiara nie jest wyrażana tylko słowami.

²⁶¹ Por. Grzegorz Adam, *Reklama dźwiękowa*, Agencja Reklamowa Benta, Warszawa 1997, s.7

²⁶² Tamże, s.15

²⁶³ *Radio in mission*, dz. cyt., s.16

²⁶⁴ Lepa Adam, *Pedagogika...*, dz.cyt., s.77

3.2.1. The medium is the message

McLuhan twierdził, że wybór środka przekazu ma istotne znaczenie dla tego przekazu i przekazywania w ogóle. **To, że np. przekaz odbywa się poprzez radio istotnie wpływa na to, co jest przekazywane.** Zgodnie z tezą McLuhana, że środki przekazu są „przedłużeniem” naszych zmysłów²⁶⁵ możemy twierdzić, że radio to nasz „przedłużony” zmysł słuchu. W radiu dźwięki, a w tym i mowa ludzka, odgrywa najważniejszą rolę. Wszystko, co słyszalne, zostanie w radiu „przedłużone”. To „przedłużenie” polega na podkreśleniu znaczenia słuchania i mówienia w przekazie. Z natury radio będzie sprzyjać każdej formie przekazu, której zależy na żywotności słowa np. przekazowi literatury pięknej, poezji itp. Radio będzie odsłaniać, ukazywać bogactwo języka mówionego. To mcLuhanowskie „przedłużenie” zmysłu słuchu trudno tu rozumieć dosłownie jako osiągnięcie jakiejś nadzwyczajnej zdolności słuchania. Wydaje się, że bardziej chodzi o koncentrację przekazu wokół tego, co słyszalne, koncentrację na słowie i dźwiękach z całym ich bogactwem. Tak właśnie dzieje się w radiu dzięki jego istotowym cechom: audytywności i aikoniczności i cechom drugorzędym, z nich wynikającym: ekspresyjności słowa, wyobrażeniowości, intymności itp. Aikoniczność dodatkowo powiększa tę koncentrację na słowie i dźwiękach. Radio dokonuje odrzucenia obrazu na rzecz słowa. To tak jakby starało się przy tym powiedzieć: „zwróćcie uwagę na słowo i dźwięki. One są w moim przekazie jest najważniejsze”. **Tak jak twierdzi McLuhan, że przekaźnik jest przekazem, tak już samo radio przekazuje komunikat swojej własnej audytywnej i aikonicznej natury. Komunikat ten zawiera przesłanie, że żywe, mówione słowo lub inne dźwięki (np. muzyka) i tylko żywe, mówione słowo lub inne dźwięki są najważniejsze w przekazie radiowym.**

„Podejście do środków przekazu polega na rozpatrywaniu nie tylko treści, ale środka jako takiego”²⁶⁶ - stwierdza McLuhan. Ta sama treść inaczej dotrze do odbiorcy poprzez telewizję, gazetę, internet i radio. **Komunikaty natur każdego z tych medium są inne. Natura wybranego środka przekazu będzie rzutować na przekaz.** „Efekt każdego środka jest wzmocniony i zintensyfikowany faktem, że jego ‘treścią’ jest inny środek. Treścią filmu jest powieść, sztuka lub opera. Jednak efekt filmu jako formy jest niezależny od jego zawartości treściowej. Zawartością pisma czy druku jest mowa,

²⁶⁵ Por. McLuhan Marshall, Środek jest przekazem Wybór fragmentów książki pt. „Understanding media: the extensions of man”, Wydawnictwo Radia i Telewizji, Warszawa 1968, s.5

²⁶⁶ Por. Tamże, s.8

czytelnik jednak zupełnie sobie tego nie uświadamia”²⁶⁷. Możemy sądzić, że **efekt radia będzie niezależny od zawartości treściowej**. Tak jak język mówiony w ogóle ożywia słowa zapisane w tekście, kiedy są czytane, tak poprzez radio działające na słuch słowa odbierane jako żywe słowo, niezależnie od tego, czego dotyczą. Niezależnie od treści radio będzie akcentować, podkreślać, „przedłużać” znaczenie słuchania i przekazu żywego słowa. W przekazie radiowym, podobnie jak przekazie każdego innego medium, będzie obecny **własny komunikat natury radia oraz właściwa treść komunikatu**, przy czym oba te elementy przekazu radiowego **są od siebie niezależne**.

3.2.2. Pole spotkania radia i przekazywania wiary

Chrześcijaństwo przywiązuje szczególną wagę do słuchania. Był temu poświęcony rozdział drugi mojej pracy. Natura radia i przekazywania wiary spotykają się ze sobą. Są między nimi pewne cechy wspólne. Te cechy tworzą **pole spotkania** radia i przekazywania wiary. Niektóre z nich prezentuje tabela:

Radio	Przekazywanie wiary
Komunikacja w ogóle. Komunikatorzy, komunikat, komunikowanie.	Wiara w ogóle. Bóg i człowiek. Człowiek dający świadectwo wierze i człowiek słuchający tego świadectwa. Depozyt, treść wiary. Przekazywanie wiary jako proces.
Audytywność radia	Zasada <i>fides ex auditu</i> - wiara, która rodzi się ze słuchania, rozumianego dosłownie jako przyjmowanie przez zmysł słuchu słowa mówionego
Aikoniczność radia	Prymat słowa przed obrazem w chrześcijaństwie
Słuchacz jako odbiorca	Słuchacz Słowa Bożego
Stopniowanie: niesłuchanie, słyszenie, słuchanie.	Stopniowanie: niesłuchanie, słuchanie, słuchanie egzystencjalne całym sobą jako postawa, dawanie posłuchu, czyli posłuszeństwo.

²⁶⁷ Tamże, s.17

Komunikacja werbalna Mowa ludzka	Bóg, który posłużył się ludzkim językiem w Objawieniu.
Żywotność słowa mówionego Ekspresyjność	Ustne głoszenie Ewangelii. Głośne odczytywanie Pisma Św. podczas liturgii. Homilia.
Czasowa współobecność nadawcy i odbiorcy.	Głoszenie tu i teraz. Ewangelia żywa w każdorazowej terażniejszości.
Wspólnototwórcza rola radia	Eklezjotwórcza rola Słowa Bożego
Medium towarzyszące naszej codzienności	Wiara wyznawana w naszej codzienności
Masowość przekazu Powszechność radia	Nakaz misyjny Jezusa - głoszenie ewangelii wszystkim ludziom.
Intymny kontakt słuchacza z radiem	Osobisty wymiar wiary

Tab. 1. Pole spotkania radia i przekazywania wiary - wspólne cechy

To tylko niektóre z elementów tworzących pole spotkania. O każdym z nich była mowa w tej pracy w rozdziale pierwszym poświęconym radiu i słuchaniu lub w rozdziale drugim poświęconym roli słuchania w przekazywaniu wiary. Pole spotkania wyznaczają również wspólne problemy radia i przekazywania wiary. Niektóre z nich prezentuje druga tabela.

Radio	Przekazywanie wiary
Słuchalność radia. Zabieganie o słuchacza	Troska o słuchacza słowa Bożego.
Co zakłóca? Jak poprawić słuchalność stacji radiowej? Problem programowania formatu stacji i szukania atrakcyjnej formy.	Co zakłóca? Dlaczego człowiek nie chce słuchać i wierzyć? Co po ludzku możemy zrobić? Szukanie atrakcyjnej formy dla przekazu wiary. Zrozumiałość przekazu.
Współczesny słuchacz. Jego postawy. Współczesny człowiek.	Współczesny słuchacz Słowa Bożego. Jego postawy względem wiary.
Człowiek mający trudności ze słuchaniem. Nie umie słuchać. Postulat nauki słuchania.	Człowiek nie chce słuchać słowa Bożego. Postulat formacji słuchaczy słowa Bożego.

Tab. 2. Pole spotkania radia i przekazywania wiary - wspólne problemy

Radio może również być przedmiotem badań teologicznych. Mówimy o teologii środków przekazu. Czy w związku z tym można mówić o teologii jednego wybranego medium? Wydaje się, że tak. Można więc podjąć się badania radia w aspekcie przekazywania wiary tworząc **teologię radia**. Można również, tak jak to czynią inni np. w odniesieniu do telewizji czy internetu, mówić **o radiu jako o loci theologici**. Nie było to jednak zamiarem tej pracy. Celem było ukazanie owego pola spotkania jako punktu wyjścia do dalszej refleksji i badań. To pole spotkania dobrze oddaje sens słowa **sprzyja** postawionego w tezie tej pracy. Sprzyjać znaczy tworzyć dobre warunki do czegoś²⁶⁸. Radio tworzy takie warunki dla przekazywania wiary.

Teza bp Lepy jest punktem wyjścia do dalszych, szczegółowych badań. Każdy z tych w/w przykładowych i najważniejszych elementów tego pola spotkania może stać się tematem dalszych badań naukowych. Jednym z takich tematów jest wspólnototwórcza rola radia. Czy radio, patrząc od strony teologicznej, może być również eklezjotwórcze? Wydaje się, że tak. Dorota Frelichowska pisze np. o Radio Maryja: „radio posiada liczne grono osób identyfikujących się z nim (...) silnie rozwijają się różne organizacje i inicjatywy z nim związane. Pierwszą nieformalną stała się Rodzina Radia Maryja. Aby podkreślić atmosferę i symboliczne pokrewieństwo w wierze ludzi pracujących w radio i skupionych wokół niego, jego idei zaczęto używać określenia rodzina jako nazwy początkowo nieformalnego zrzeszenia”²⁶⁹. Radio tworzy wokół siebie wspólnotę słuchaczy.

Innym tematem jest aikoniczność radia. Niektórzy twierdzą, że „przesłanie religii można wyrazić zadowalająco jedynie słowami, nie zaś za pomocą obrazów. Te ostatnie mogą być pomocne w lepszym rozumieniu sensu owego przesłania, nie oddają jednak precyzyjnie i trafnie symboliki idei religijnych. Ten ostatni proces następuje dopiero wtedy, kiedy obrazom towarzyszy słowo”²⁷⁰. Obraz nie jest tak istotny jak treść w przekazywaniu wiary. To także jest teologiczna refleksja nad radiem.

Pojawiają się pytania o ewangelizacyjną lub tylko preewangelizacyjną rolę mediów, a w tym radia. Również celem tej pracy nie było wykazanie, czy media mogą ewangelizować czy tylko preewangelizować. Zamiast tych dwóch pojęć proponuję

²⁶⁸ Por. Doroszewski Witold (red.), Słownik języka polskiego, PAN Warszawa 1966, t.VIII, s. 654

²⁶⁹ Frelichowska Dorota, Ojcowie Redemptoryści i ich Radio Maryja, Wyd. Adam Marszałek, Toruń 1999, s.95

²⁷⁰ Opinia Billa Moyersa, amer. experta massmediów, dziennikarza telewizyjnego specjalizującego się w tematyce religijnej cyt. za: Zborski Bartłomiej, Religia w massmediach w: Religia a massmedia, ATK

posługiwać się terminem przekazywanie wiary. Fakt, że wiele osób nawróciło się pod wpływem słuchania audycji radiowych²⁷¹ potwierdza, że radio może służyć przekazywaniu wiary. Jak ten fakt wytłumaczyć? Oczywiście łaską Bożą. Ale także właściwą formą, formatem radia, charakterem audycji.

3.3. Need the Good Programming dla radia chrześcijańskiego

Problem niesprzyjania, a więc tego, co zakłóca przekazywanie wiary, dotyczy bardziej współczesnego słuchacza oraz wyboru „atrakcyjnej” formy niż jest problemem medium jako takiego. Pojawia się **postulat Need the Good Programming**²⁷², czyli znalezienia takiego sposobu „robienia” radia, aby było jak najbliższe chrześcijaństwu i przekazywaniu wiary. Są to zatem problemy praktyczne do rozwiązania przez dyrektora programowego chrześcijańskiej stacji radiowej. Nie stawiamy jednak barier łasce Bożej. Skoro sam Jezus nakazał swoim uczniom iść i głosić Ewangelię wszelkimi dostępnymi środkami, to musiał zdawać sobie sprawę z ograniczeń jakie niesie ze sobą ludzki język. Tak i dziś, zdając sobie sprawę z ograniczeń, jakie niosą ze sobą media, niekoniecznie powodowanych ich naturą, a bardziej naszym sposobem z nich korzystania, to mimo wszystko, powinniśmy je wykorzystywać dla przekazywania wiary. A zwłaszcza wykorzystywać radio, ponieważ wiele jego cech sprzyja temu przekazywaniu. To, czy radio przekazuje czy tylko zaciekawia wiarą, rozumując tu jej przekazywanie tylko w porządku ludzkim, jest sprawą programowania stacji radiowej. Zwróćmy zatem uwagę na kilka praktycznych problemów związanych z poszukiwaniem „**good programming**” dla radia chrześcijańskiego.

3.3.1. Finding the right people

„Who are the right people for Christian radio? Ideally the right person should be a good communicator, creative, with a good feel for radio, and who, as a Christian, can comfortably relate his christian world view to any topic. (...) Such persons are not easily found. Some may have the professionalism but lack the sensitivity. Others may have the theology but not the feel for the medium. Others have such little experience of life that they have no spiritual depth or lack the ability to interact on everyday issues”²⁷³. Radio tworzą ludzie - najpierw są to pracownicy radia. Od pracowników radia zależy czy radio

Instytut Statystyki Kościoła Katolickiego, Apostolicum Żąbki 1997, s.104-105

²⁷¹ Przykłady takich świadectw można znaleźć w: To nie był przypadek Stali się świadkami Pana Boga dzięki posłudze Radia Maryja, Wyd. Sióstr Loretanek, Warszawa 2000

²⁷² Por. Radio in mission, dz. cyt., s. 10

będzie chrześcijańskie czy nie. Zatem bardzo ważny jest ich właściwy dobór: najpierw dyrektora programowego, potem autorów i wydawców audycji, reporterów i serwisantów, dj-ów lub inaczej moderatorów. Kościół widzi potrzebę ich formacji. Pius XII w „Miranda prorsus” dostrzegł taką potrzebę w stosunku do ludzi zatrudnionych w radiu. Kim zatem powinna być właściwa osoba mająca pracować w radiu chrześcijańskim? **Po pierwsze powinna być chrześcijaninem.** Radio chrześcijańskie jest medium misji. Jego cele nie są wyłącznie komercyjne, nie polegają tylko na zdobywaniu reklamodawców. Celem radia chrześcijańskiego nie jest także tylko informacja i rozrywka. Jego celem jest udział i pomoc w katechetycznej misji Kościoła. Dlatego taką rozgłośnię powinni tworzyć ludzie wierzący. Jak inaczej można bowiem przekazywać wiarę, jeśli samemu się nie wierzy. Nie da się przekonywująco głosić Chrystusa, jeśli samemu się nie wierzy. W radiu dużą rolę odgrywają parajęzykowe cechy słowa mówionego, czyli to jak się mówi. Słuchacz zauważy czy ktoś mówiący w radiu wierzy w to, co mówi, czy jedynie mówi bez osobistego stosunku do tego, co mówi. Dlatego „profesjonalna działalność w radiu [chrześcijańskim] wymaga pogłębionej kultury chrześcijańskiej, aby komunikować obok faktów również sens rzeczywistości i racje naszej wiary”²⁷⁴. To jest to chrześcijańskie spojrzenie na świat (*christian world view*), chrześcijańska wrażliwość (*sensitivity*). Wyznawana religia nie ma znaczenia przy doborze pracowników w innym radiu. W radiu chrześcijańskim ma to duże znaczenie.

W przytoczonym na początku fragmencie dokumentu „Radio in mission” odnajdujemy kilka innych cech, którymi powinna charakteryzować się osoba pracująca w radiu chrześcijańskim, a zwłaszcza ta, której głos słyszymy na antenie. Nie wystarczy teologiczne przygotowanie i autentyczna wiara. Potrzeba jeszcze radiowego wyczucia (*feel for radio*), komunikatywności (*be a good communicator*) i kreatywności oraz pewnego doświadczenia życiowego (*experience of life*). Osoba taka powinna zarówno odnajdywać się w codziennych sytuacjach życiowych (*interact on everyday issues*) jak i dostrzegać duchowy wymiar życia cechując się zdolnością refleksji (*have a spiritual depth*).

„Radio jest doskonałą formą głoszenia Ewangelii, a także świadectwem danym przez jego twórców. Daje możliwość dotarcia do szerokich rzesz odbiorców, może stać

²⁷³ Tamże, s.15

²⁷⁴ Martini Carlo Maria, *Rozmowy z moim telewizorem Spotkanie człowieka ze światem mass-mediów*, Kraków, WAM 1998, s.100

się pierwszym kontaktem dla osób, które odeszły od Kościoła zinstytucjonalizowanego. Jest atrakcyjną, nowoczesną formą nauczania i propagowania chrześcijańskich wartości i postaw moralnych²⁷⁵. Stąd radio chrześcijańskie potrzebuje na pracowników autentycznych świadków Chrystusa i jednocześnie ludzi z wyczuciem i przygotowaniem radiowym: **chrześcijan i profesjonalistów zarazem.**

3.3.2. Wybór między misją a komercją

„Although we may have different ideas on what constitutes ‘good programming’ we could possibly agree that it means, in general terms, programming which the listener enjoys spending time listening to. If we understand our listener at all, it surely assumes that we understand his main motivation to the radio. Good programming means that we will attract an audience²⁷⁶. Być atrakcyjnym dla słuchacza, sprawić, aby słuchacz chciał nas słuchać - oto najkrócej ujmując cel każdej stacji radiowej. Przy konstruowaniu programu radiowego najpierw trzeba zapytać o grupę docelową - do kogo ma być skierowany przekaz naszego radia. Kryteriami doboru może być wiek, miejsce zamieszkania, stan majątkowy. Inne np. będzie radio dla młodzieży - bardziej rozrywkowe, głośnie, nadające dużo współczesnej muzyki, inne dla starszych - spokojne, refleksyjne, ze starymi przebojami. Takie pytanie pojawia się także przy wyborze grupy docelowej dla radia religijnego. Kryterium może być także stopień zaangażowania słuchacza w wyznawaną wiarę. Inne będzie radio skierowane do niekatolików, ludzi, którzy z różnych przyczyn nie są w Kościele. Inne będzie radio dla ludzi głęboko wierzących, członków różnych wspólnot religijnych itd.

Bardzo ważnym problemem dla radia chrześcijańskiego jest kwestia jego finansowania. Ma to potem decydujący wpływ na program tej stacji. Jak wiemy radio chrześcijańskie to medium misji, a jego cele nie są tylko komercyjne. Finansowanie radia tylko z reklam może rodzić pokusę modelowania programu radiowego w stronę łatwej rozrywki. Chrześcijaństwo jest wymagające i radykalne - a to może nie spodobać się słuchaczom i reklamodawcom. Radio może być utrzymywane z reklam (radio komercyjne) lub z abonamentu (Polskie Radio). Wreszcie KRRiT daje w Polsce możliwość ubiegania się o koncesję nadawcy społecznego dla radia, które chce utrzymywać się z wpłat ofiarodawców. Rozgłośnie katolickie w Polsce różnie radzą sobie z problemem finansowania. Jedne są utrzymywane wyłącznie z wpłat ofiarodawców (jak

²⁷⁵ Frelichowska Dorota, Ojcowie Redemptoryści i ich Radio Maryja, dz. cyt., s.91

Radio Maryja), inne są częściowo finansowane z reklam, a częściowo przez diecezje (większość stacji diecezjalnych w Polsce). Próbą rozwiązania problemu finansowania radia był pomysł Spółki Producentkiej Plus, która miała dostarczać program do kilkunastu stacji kościelnych w Polsce oraz zdobywać reklamodawców.

Dlaczego jest to ważny problem z punktu widzenia programu radiowego? Radio katolickie jest często postawione przed trudnym wyborem: misja czy komercja. Dostosowywać swój program do gustów słuchaczy i wymagań reklamodawców po to, aby przetrwać na rynku radiowym czy też nie przestawać pełnić roli medium obdarzonego misją? Właściwym rozwiązaniem należy szukać w odpowiedzi na pytanie, jak być atrakcyjnym dla słuchacza. Bo jeśli będzie się atrakcyjnym dla słuchacza, to tym samym dla reklamodawców. Jak „robić” dobre chrześcijańskie radio dla młodzieży, a jakie dla dorosłych? Przy odpowiedzi na to pytanie pojawiają się różne koncepcje rozgłośni religijnej: czy ma ona być ściśle religijna, czy w większości poświęcona tematyce religijnej ale też innej, czy też w znikomej części poświęcona tematyce religijnej. Nie ulega wątpliwości, że celem radia chrześcijańskiego jest przede wszystkim misja, a dopiero potem, jako wynikająca z konieczności rynku, komercyjność. Radio chrześcijańskie jest na tyle takim, na ile wypełnia swoją chrześcijańską misję. Inne rozwiązania pozwalają sądzić, że jest to radio co najwyżej bliskie chrześcijańskiej misji Kościoła, co często może stać w sprzeczności z komercyjnością medium.

Chrześcijaństwo jest same w sobie atrakcyjną propozycją dla współczesnego człowieka, a zwłaszcza przez to, że stawia człowiekowi wymagania. Nie jest powiedziane, że radio jest atrakcyjne dla słuchacza, bo jest dostosowane do jego wymagań. Słuchacz oczekuje nowych propozycji niekoniecznie dostosowanych do jego wymagań. Może zechce zmienić te upodobania pod wpływem słuchania radia, odkryć coś nowego? „Wpływ ten staje się tym bardziej skuteczny, im więcej wiarygodności i rzetelności zapewniają programy tego radia”²⁷⁷.

Chrystus mówił: „Nie troszcie się zbytnio...” oraz „Nie można służyć Bogu i Mamonie” (Mt 6, 24-25). Zgodnie z tą wskazówką Zbawiciela nie należy za bardzo przejmować się problemami finansów, a raczej skoncentrować się na programie stacji, która ma służyć celom religijnym. Takie podejście wynika z głębokiej wiary chrześcijańskiej. Przyjęcie radykalizmu ewangelicznego jako zasady w programowaniu

²⁷⁶ Radio in mission, dz. cyt., s.10

²⁷⁷ Lepa Adam, Pedagogika... dz. cyt., s.79

stacji jest najlepszym sposobem tworzenia chrześcijańskiego programu radiowego. Pozostaje jeszcze wymyślić taką formę, aby być atrakcyjnym dla słuchacza i jednocześnie zachować chrześcijańskie wartości. Radio chrześcijańskie nie jest medium opartym wyłącznie na ludzkich wysiłkach. Dużą rolę odgrywa w nim wiara i to ona ma być zasadniczą treścią programu stacji.

Zakończenie

Praca miała na celu rozwinięcie i udowodnienie myśli bp Lepy przedstawionej jako teza we wstępie. W pierwszym rozdziale przedstawiłem człowieka jako istotę obdarzoną zmysłem słuchu, funkcjonującą w środowisku dźwięków - tzw. sonosferze. Człowiek nauczył się ją wykorzystywać do celów komunikacyjnych, a poprzez zdolność mowy dalece wyprzedził świat zwierzęcy w posługiwaniu się dźwiękami. Człowiek posiada zmysł słuchu, ale to od niego zależy, czy będzie tylko słyszał czy też aktywnie słuchał w tej komunikacji. Radio jest jednym ze sposobów naszego korzystania z daru słuchu i wykorzystywania sonosfery. Trzeba jednak było zapytać się, co jest istotą radia, jakie są cechy tego medium. Zaproponowałem własną definicję radia podkreślającą audytywną i aikoniczną naturę tego medium.

W drugim rozdziale zastanawiałem się nad przekazywaniem wiary, a w tym na przekazywaniu wiary poprzez media. Biblia mocno podkreśla znaczenie słowa „słuchać”. Jak więc rozumieć zasadę „wiara rodzi się ze słuchania”? Wykazałem, że nie tylko przenośnie - jako postawę posłuszeństwa, otwarcia się na Boży przekaz wiary, ale także dosłownie jako aktywne słuchanie czyjegoś świadectwa. Wreszcie zastanawiałem się nad współczesnym słuchaczem, a w tym, także słuchaczem Słowa Bożego. Wychowany w epoce mediów elektronicznych często podchodzi on do Słowa Bożego jak konsument, który ma prawo wybrać to, co dla niego interesujące, a inne odrzucić. Zastanawiałem się nad tym, jak przekaz trafia do odbiorcy oraz co go zakłóca.

W rozdziale trzecim zająłem się radiem jako medium religijnym. Już od początku było ono wykorzystywane do celów religijnych. Podałem kilka typów chrześcijańskich rozgłośni i audycji radiowych. Przedstawiłem również niektóre z cech radia i przekazywania wiary chrześcijańskiej, które decydują o owym sprzyjaniu. Podstawową cechą jest tutaj audytywność tego medium, ale nie tylko. Jest wiele innych cech, które pozwalają sądzić, że radio jest bliskie przekazywaniu wiary. Wreszcie zwróciłem uwagę na kilka problemów związanych z szukaniem najwłaściwszej formy tworzenia i

programowania radia chrześcijańskiego.

Praca miała raczej teoretyczną i teologiczną refleksję nad radiem jako medium oraz prezentacją kilku naukowych problemów z teologii i teorii radia, jak i praktycznych tematów związanych z pracą w radiu.

Bibliografia

Pismo Święte

- Biblia w przekładzie ks. Jakuba Wujka z 1599 r., Vocatio, Warszawa 1999
- Grecko-Polski Nowy Testament, Vocatio, Warszawa 1995
- Nowy Testament Nowy przekład z jęz. gr. na współczesny język polski, Brytyjskie i Zagraniczne Towarzystwo Biblijne, Warszawa 1991
- Pismo Święte Nowego Testamentu przekład bp. Romaniuka, Warmińskie Wyd. Diecezjalne, Olsztyn 1992
- Pismo Święte Nowego Testamentu przekład z gr., komentarz Eugeniusza Dąbrowskiego, Księgarnia św. Wojciecha, Lublin 1961
- Pismo Święte Nowego Testamentu tłum. z jęz. gr. przez Seweryna Kowalskiego, Instytut Wyd. Pax, Warszawa 1998
- Pismo Święte Starego i Nowego Testamentu, Wyd. Pallottinum, Poznań - Warszawa 1983

Dokumenty Kościoła

- Katechizm Kościoła Katolickiego, Pallottinum 1994
- Pius XII, Miranda prorsus, tekst. za: www.kns.prv.pl/miranda.html
- Sobór Watykański II, Konstytucje dekryty deklaracje, Wyd. Pallottinum 1967

Literatura źródłowa

- Achtemeier Paul J. (red.), Encyklopedia biblijna, Vocatio, Warszawa 1999
- Adamek Zbigniew, Homiletyka, Wyd. Diecezji Tarnowskiej Biblos, Tarnów 1992
- Adamski Franciszek (red.), Kościół a kultura masowa, WAM, Kraków 1984
- Chrapek Jan, Pięciolecie transformacji radia katolickiego w Polsce (1989-1994) w: Transformacja radia w Polsce i na świecie, materiały konferencyjne, Katowice 1996
- Chrapek Jan, Współczesne techniki komunikowania nowym wyzwaniem dla Kościoła w: Kościół a środki społecznego przekazu, Pallottinum, Warszawa 1990
- Faus Angelo, Radio jako narzędzie rekonstrukcji środowiska społecznego, „Przekazy i Opinie”, 1977 nr 3(9)
- Flis Jan, Konkordancja Starego i Nowego Testamentu do Biblii Tysiąclecia, Oficyna

Wydawnicza Vocatio, Warszawa 1996

- Goban-Klas Tomasz, Media i komunikowanie masowe Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i internetu, PWN, Warszawa Kraków 2000
- Grzegorz Adam, Reklama dźwiękowa, Agencja Reklamowa Benta, Warszawa 1997
- Jachimowski Marek, Oczekiwania społeczne wobec radia w: Transformacja radia w Polsce i na świecie (1990-1995), Materiały z konferencji naukowej zorganizowanej przez Zakład Dziennikarski Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach w dniach 23-24 listopada 1995 roku, Wydawnictwo Fundacja dla Wspierania Śląskiej Humanistyki, Katowice 1996
- Kofin Ewa, Komunikacja audytywna, „Przekazy i opinie”, 1982, nr 1
- Langkammer Hugolin (komentarz), Pismo Święte Starego i Nowego Testamentu, List do Rzymian, KUL, Lublin 1999
- Laskowicz Krystyna, Fonosfera w sztuce radiowej, „Przekazy i Opinie” 1977, nr 4(10)
- Laskowicz Krystyna, Świat za drzwiami Początki polskiej myśli radiozawczej i praktyki słuchowiskowej, UAM, Poznań 1983
- Legowicz Wiktor, Radio ulotność słowa?, WSiP, Warszawa 1986
- Leon-Dufour Xavier, Słownik Nowego Testamentu, Księgarnia św. Wojciecha, Poznań 1981
- Leon-Dufour Xavier, Słownik teologii biblijnej, Pallottinum, Poznań-Warszawa 1973
- Lepa Adam, Parafia z własnym radiem w: Katolickie Radio Warszawa w Miedzeszynie 1991-1996, Wyd. im. Stefana kardynała Wyszyńskiego Soli Deo, Warszawa 2001
- Lepa Adam, Pedagogika massmediów, Archidiecezjalne Wydawnictwo Łódzkie, Łódź 2000
- Lewek Antoni, Słuchanie Słowa Bożego źródłem wiary w: Przyczyna Wiesław (red.), Słuchacz Słowa, Wyd. Poligrafia Salezjańska, Kraków 1998
- List do Rzymian, Wstęp, przekład z języków oryginalnych, komentarz, KUL, Pallottinum, Poznań-Warszawa 1978
- Markiewicz Wojciech, Radio - „świat z dźwięków” w: Bauer Zbigniew, Chudziński Edward (red.), Dziennikarstwo i świat mediów, Studium Dziennikarskie Akademii Pedagogicznej im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie i Towarzystwo Autorów

i Wydawców Prac Naukowych Universitas, Kraków 2000

- McLuhan Marshall, Środek jest przekazem Wybór fragmentów książki pt. „Understanding media: the extensions of man”, Wydawnictwo Radia i Telewizji, Warszawa 1968
- McLuhan Marshall, Wybór pism, WAiF, Warszawa 1975
- Ong Walter Jackson, Oralność i piśmienność Słowo poddane technologii, KUL, Lublin 1992
- Pasierb Janusz St., Pionowy wymiary kultury, Znak, Kraków 1983
- Perzyński Andrzej, Symboliczny charakter słowa w ewangelizacji w: Funkcja Słowa w ewangelizacji, Materiały z konferencji 6-8 maja 1998, Archidiecezjalne Wyd. Łódzkie, Łódź 1998
- Popularna encyklopedia massmediów, Wyd. Kurpisz, Poznań 1999
- Radio in mission, Lausanne Committee for World Evangelization 1989 w: www.febc.org/rim1989.html, 01-02-13
- Słownik Wiedzy Biblijnej, Oficyna Wydawnicza Vocatio, Warszawa 1996
- Świderkówna Anna, Serce słuchające w: http://www.koden.omi.org.pl/biblioteka/T/TB/serce_sluchajace.html, 01-03-21
- Tischner Józef, Siła słowa w: Radio szanse i wyzwania, Materiały konferencji „Kulturotwórcza rola radia” Kraków 14-15 lutego 1997
- Wojciechowski Piotr, Głosy nad nami, Więż 5(499)
- Wywiad z ks. Ireneuszem Folcikiem, wykładowcą homiletyki w WSD w Rzeszowie w: www.wsd.rzeszow.pl/new/new1/folcik.html, 01-03-13

Literatura pomocnicza

- Augustyn św, Wyznania, Znak, Kraków 1995
- Baczyński Andrzej, Telewizja w służbie ewangelizacji, Wyd. Poligrafia Salezjańska, Kraków 1998
- Brzeškiewicz Zbigniew, Supersłuchanie Jak słuchać i być słuchanym, Agencja Wydawnicza Comes, Warszawa 1996
- Chryścijaństwo religią objawioną. Katechezy katechumenalne w: www.sandomierz.opoka.org.pl/html/bpsan/0204.htm, 01-03-13
- Cooper Pamela, Sprawne porozumiewanie się 114 scenariuszy ćwiczeń z mówienia i słuchania, Wydawnictwo CODN, Warszawa 1999

- Doroszewski Witold (red.), Słownik języka polskiego, PAN Warszawa 1966, t.VIII
- Emmett Brian, Radio i telewizja a upowszechnianie kultury w: Przekazy i opinie, nr 1 (7), 1977
- Encyklopedia Onet.pl, wiem.onet.pl
- Frelichowska Dorota, Ojcowie Redemptoryści i ich Radio Maryja, Wyd. Adam Marszałek, Toruń 1999
- Głaz Stanisław, Doświadczenie religijne a osobowość, WAM, Kraków 2001
- Głodowski Włodzimierz, Komunikowanie interpersonalne, Wyd. Hansa Communication, Warszawa 2001
- Harrington Wilfrid J., Klucz do Biblii, Instytut Wydawniczy Pax, Warszawa 1984
- Jachimczak Józef, Radiowa parafia w:
http://www.arka.katowice.opoka.org.pl/biblioteka/Z/ZM/20_mszaradiowa.html, 01-02-08
- Jan o Krzyża św, Droga na górę Karmel, Wydawnictwo Karmelitów Bosych, Kraków 2001
- Jurewicz Oktawiusz, Winniczuk Lidia, Żuławska Janina, Język łaciński Podręcznik dla lektoratów szkół wyższych, PWN, Warszawa 1998
- Kolbe Maria Maksymilian św, Radio na usługach MI w: Przemówienia Ojca Maksymiliana M. Kolbego 1912-1941, Niepokalanów, maszynopis
- Kołodziejczyk Józef, Charakterystyka religijności słuchaczy kazań w: Przyczyna Wiesław (red.), Słuchacz Słowa, dz. cyt., s.198
- Martini Carlo Maria, Rozmowy z moim telewizorem Spotkanie człowieka ze światem mass-mediów, Kraków, WAM 1998
- Mass media - media audialne,
http://www.gimnazjum.com.pl/media/media_audialne.html, 01-02-15
- Nowak Małgorzata, Cechy językowe tak zwanych świadectw w: Funkcja słowa w ewangelizacji, Materiały z konferencji 6-8 maja 1998, Archidiecezjalne Wydawnictwo Łódzkie, Łódź 1998
- O'Collins Gerald, Farrugia Edward, Zwięzły słownik teologiczny, WAM, Kraków 1993
- Płachecki Marian, Słowo wstępne w: Hall Edward T., Bezgłówny język, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 1987

- Podręczna Miniencyklopedia Collinsa, RTW Warszawa 2000
- Rahner Karl, Vorgrimler Herbert, Mały słownik teologiczny, Pax, Warszawa 1987
- Religia w massmediach w: Religia a massmedia, ATK Instytut Statystyki Kościoła Katolickiego, Apostolicum Ząbki 1997
- Seweryniak Henryk, Świadectwo i sens Teologia fundamentalna, Płocki Instytut Wydawniczy, Płock 2001
- KRRiT - Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji