

Damian GuzekUniwersytet Śląski w Katowicach
ORCID 0000-0002-8138-8128**Marcin Ciechanowski, Klaudia Cymanow-Sosin, *Ewangelizacja w mediach, Homini, Kraków 2024, ss. 206, ISBN 978-83-8205-297-8***

Badania nad strukturą oraz rzeczywistymi funkcjami mediów katolickich stanowią wyzwanie dla analiz w obszarze komunikacji społecznej i mediów z dwóch powodów. Po pierwsze, brakuje regularnie aktualizowanych, kompleksowych opracowań dokumentujących stan mediów katolickich w różnych dekadach ich działalności (Guzek, 2016; Kristanova, 2022; Lepa, 1994). Po drugie, istnieje ciągła potrzeba rewizji wiedzy na temat ideologii oraz funkcji, jakie media katolickie pełnią wobec swoich odbiorców i użytkowników (Adamowski i in., 2021; Kristanova i in., 2024; Krzemiński, 2009, 2017; Leśniczak, 2023; Lindner, 2017). Marcin Ciechanowski (OSPPE – Zakon Paulinów) i Klaudia Cymanow-Sosin (Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie), autorzy monografii *Ewangelizacja w mediach*, wydanej przez wydawnictwo Homini w Krakowie w 2024 roku, z powodzeniem podejmują się analizy drugiej z wymienionych kwestii.

W pierwszej części książki M. Ciechanowski i K. Cymanow-Sosin skupiają się na doktrynalnym aspekcie ewangelizacji za pośrednictwem mediów. Ta część charakteryzuje się dyskursem opartym na argumentacji, która będzie przekonująca przede wszystkim dla osób o katolickim światopoglądzie. Oznacza to, że po jej lekturze czytelnik mający wiedzę z zakresu katolickiej nauki społecznej i doktryny medialnej Kościoła będzie w stanie lepiej zrozumieć oraz uporządkować działania Kościoła katolickiego w obszarze ewangelizacji, jej poszczególnych etapów oraz ich konsekwencji. Natomiast odbiorcy spoza tego kręgu mogą napotkać trudności wynikające z tak mocnej koncentracji funkcji mediów na analizie obowiązków ewangelizacyjnych, które Kościół przypisuje zarówno wiernym, jak i samym strukturom kościelnym.

Co charakterystyczne dla tej części, Autorzy nie ograniczają się jedynie do prostych komentarzy do dokumentów kościelnych, co często jest spotykane w tego typu opracowaniach. Dzięki temu książka oferuje głębsze spojrzenie na temat i prezentuje narrację analityczną, zbliżoną do klasycznych publikacji na polskim rynku wydawniczym, poświęconych kwestiom mediów wyznaniowych (Kossewska & Adamowski, 2004; Pokorna-Ignatowicz, 2002; Skrzypczak & Sobczak, 2015).

Rozdziały tej części książki omawiają zagadnienia związane z ewangelizacją, jej kontekstem historycznym oraz współczesnymi formami, takimi jak preewangelizacja, reewangelizacja i postewangelizacja. Ewangelizacja, rozumiana jako skuteczne przekazywanie orędzia chrześcijańskiego różnym grupom odbiorców, nakłada konkretne obowiązki na kościelnych aktorów, w tym instytucje, media religijne oraz dziennikarzy katolickich.

Autorzy podejmują także temat mediów w ujęciu personalistycznym, podkreślając ludzki aspekt w procesie produkcji mediów – zarówno w odniesieniu do odbiorców, jak i twórców, traktując ich jako osoby, a nie jedynie elementy ekonomiki medialnej (Drożdż, 2019; Soczyński, 2019). Analiza obejmuje liczne niuanse związane z głoszeniem przesłania chrześcijańskiego, od różnych typów ewangelizacji po rozróżnienie między kerygmatem a warstwą edukacyjną, przygotowując tym samym grunt pod dalsze badania empiryczne zawarte w drugiej części książki.

W części empirycznej autorzy przedstawiają szczegółową panoramę zagadnień związanych z funkcjonowaniem, treścią i odbiorem katolickich rozgłośni radiowych w Polsce. Ich wkład w zrozumienie działalności tych rozgłośni jest nieoceniony, ponieważ łączą dwa kluczowe wątki: po pierwsze, zwracają uwagę na charakterystyczne problemy i wyzwania, przed którymi stają stacje radiowe, takie jak struktura prawna, administracyjna, sposób programowania oraz finansowania. Po drugie, wzbogacają medioznawczą analizę o komponent ideologiczny, w którym centralną rolę odgrywa prymat ewangelizacji – obowiązek przenikający każdy aspekt funkcjonowania rozgłośni. Dzięki temu czytelnik może zrozumieć, że radio katolickie nie jest jedynie częścią struktury medialnej, ale także narzędziem ewangelizacji, działającym w ramach szerokiego spektrum podmiotów kościelnych i instytucji afiliowanych z Kościołem katolickim w Polsce

Interesującym zagadnieniem, które autorzy poddają analizie, jest intermedialność badanych rozgłośni katolickich oraz ich hybrydowy charakter, wynikający ze współistnienia różnych przekazów medialnych pod redakcją katolicką, a także ich funkcjonowania w otoczeniu zarówno mediów katolickich, jak i świeckich. Autorzy ukazują, w jaki sposób te rozgłoszenie łączą różne formy i platformy przekazu, co pozwala im efektywnie współdziałać w złożonym krajobrazie medialnym, jednocześnie zachowując swoją misję ewangelizacyjną.

Warto jednak zwrócić uwagę na pewne trudności, które mogą pojawić się podczas lektury. Po pierwsze, autorzy opierają swoją analizę na wybranej grupie rozgłośni, co utrudnia odniesienie wyników do całej struktury katolickiej radiofonii w Polsce. Po drugie, książka jest wyraźnie skierowana do czytelników związanych z wewnętrznym dyskursem katolickim. Liczne argumenty w pierwszej części, oparte na cytatach biblijnych i obowiązkach ewangelizacyjnych, mogą zniechęcić czytelników spoza tego kręgu do przebrnięcia przez skomplikowaną warstwę teologiczną, zanim przejdą do analizy medioznawczej. Mimo tych trudności lektura jest warta wysiłku.

Podsumowując, monografia *Ewangelizacja w mediach* stanowi nowe opracowanie tego typu, które zyskuje znaczenie jako ważna lektura dla badaczy struktur mediów katolickich, a także szerzej – mediów wyznaniowych w Polsce.

Bibliografia

- Adamowski, J., Kuźmina, D., & Woźniak-Kasperk, J. (Red.). (2021). *Audycje Sekcji Polskiej Radia Watykańskiego. Treści, konteksty, interpretacje*. Wydawnictwo Naukowe i Edukacyjne Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich
- Drożdż, M. (2019). Aksjologiczno-teleologiczny wymiar misyjności mediów. *Studia Socialia Cracoviensia*, 11(1), Article 1. <https://doi.org/10.15633/ssc.3794>
- Guzek, D. (2016). *Media katolickie w polskim systemie medialnym*. Adam Marszałek
- Kossewska, E., & Adamowski, J.W. (Red.). (2004). *Media wyznaniowe w Polsce 1989-2004*. Aspra-Jr
- Kristanova, E. (2022). Prasa katolicka w Polsce (1918–1989). Rekonesans badawczy. *Kultura – Media – Teologia*, 52, 95–113. <https://doi.org/10.21697/kmt.52.5>
- Kristanova, E., Habielski, R., & Such-Pyrgiel, M. (Red.). (2024). *Politics and the Media in Poland from the 19th to the 21st Centuries*. Brill
- Krzemiński, I. (Red.). (2009). *Czego nas uczy Radio Maryja. Socjologia treści i recepcji rozgłośni*. Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne
- Krzemiński, I. (2017). Radio Maryja and Fr. Rydzyk as a Creator of the National-Catholic Ideology. W S.P. Ramet & I. Borowik (Red.), *Religion, Politics, and Values in Poland: Continuity and Change Since 1989* (s. 85–112). Palgrave Macmillan
- Lepa, A. (1994). *Katalog prasy katolickiej w Polsce*. Archidiecezjalne Wydawnictwo Łódzkie
- Leśniczak, R. (2023). *Wizerunek prezydenta Andrzeja Dudy na łamach „Tygodnika Powszechnego” (2015–2020)*. Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie
- Lindner, J. (2017). *12 469 dróg do absolutu. Polskie media o religii po 1989 roku*. Adam Marszałek
- Pokorna-Ignatowicz, K. (2002). *Kościół w świecie mediów. Historia – Dokumenty – Dylematy*. Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego
- Skrzypczak, J., & Sobczak, J. (Red.). (2015). *Media religijne i wyznaniowe w Polsce i na świecie*. Silva Rerum
- Soczyński, S. (2019). *Spółeczna i etyczna odpowiedzialność przedsiębiorstw medialnych*. Petrus

Biogram

Damian Guzek – dr hab., prof. UŚ, bada zagadnienia cyfrowej religii, konsumpcji mediów oraz polityki. Jest członkiem zarządu Network for Media Religion and Digital Culture, członkiem Komitetu Nauk o Komunikacji Społecznej i Mediach PAN w kadencji 2024-2027 oraz członkiem stowarzyszonym International Panel on the Information Environment (IPIE) powołanym przy Reuters Internet Institute Uniwersytetu Oxfordzkiego. Jest autorem i współautorem pięciu książek oraz kilkudziesięciu artykułów, publikowanych między innymi w renomowanych czasopismach takich jak „Journalism Studies” (współautorstwo z Maxwell McCombsem), „Journalism”, „Information, Communication and Society”, czy „Journal of Information Technology and Politics”. Ma w dorobku wyróżnienia w Konkursie Mojsiewicza na monografię oraz artykuł zakwalifikowany przez Digital Religion Yearbook do top 10 artykułów w cyfrowej religii w 2023 roku. Brał udział w realizacji m.in. następujących projektów badawczych: „Transform 4 European Research and Innovation” (T4ERI); „Autorytet papieski w przekształceniach komunikacji” Kierownik, OPUS

18 (NCN) (2019/35/B/HS2/00016); „The illiberal turn? News consumption, polarization and democracy in Central and Eastern Europe” (projekt brytyjskiej Economic and Social Research Council (ESRC), realizowany na Loughborough University).