

Kreowanie wizerunku Kościoła katolickiego w dyskursie polskiej prasy

Creating the image of the catholic Church
in the discourse of the polish press

Justyna Szulich-Kałuża

Wstęp

Wizerunek jest pojęciem nieostrym, może oznaczać zarówno przedstawienie wizualne osoby lub przedmiotu albo ich ogólną reprezentację w umyśle. Bez konkretyzacji może okazać się kategorią mało przydatną w refleksji naukowej. Na potrzeby mojego tekstu wizerunek traktuję po pierwsze, jako sposób w jaki dana instytucja jest postrzegana przez konkretne podmioty osobowe lub instytucjonalne, jednostkowe lub zbiorowe, a po drugie, wizerunek stanowi wzór przekonań, myśli i wrażeń przekazywany przez kanały medialne za pomocą kodów językowych i wizualnych. Współcześnie w świecie mediów dziennikarze coraz częściej działają według reguł konstruktywizmu medialnego – obok pełnienia tradycyjnej funkcji odzwierciedlania świata, coraz aktywniej uczestniczą w kreowaniu rzeczywistości¹. Sposoby kreowania wizerunku Kościoła katolickiego w mediach to centralny temat niniejszego opracowania. Łatwo odnieść wrażenie, że media nieprzychylnie Kościołowi nie pokazują go bezstronnie, ale raczej kreują jego obraz za pomocą pewnych stałych schematów opisu. Janusz Nagórny zwrócił uwagę, że wiadomości i komentarze o instytucji Kościoła zdają się potwierdzać niezrozumienie jej istoty przez dziennikarzy². Często obraz instytucji Kościoła jest nieprawdziwy, niemający katolickiego charakteru, wypływający z cząstkowości stylu wypowiedzi – z pominięciem płaszczyzny najważniejszej – aksjologicznej³. Monika Przybysz jest autorką ciekawej konstatacji w rozważanej kwestii, mianowicie, że wizerunek Kościoła katolickiego w dzisiejszych czasach wydaje się coraz mocniej zastępować realność⁴. Podobny problem zauważa Andrzej Draguła

¹ M. Drożdż, *Etyczność jako narzędzie diagnostyczne jakości dziennikarstwa*, w: *Klinika dziennikarstwa – diagnoza*, red. K. Wolny-Zmorzyński, K. Konarska, Wrocław 2017, s. 27.

² J. Nagórny, *Obraz Kościoła w środkach komunikacji społecznej*, w: *Przesłanie chrześcijańskie a mass media. Aspekty prawno kanoniczne. Materiały ze spotkania wykładowców prawa kanonicznego*, red. A. Kaczor, Lublin 2000, s. 31.

³ M. Pietrzak, *Błogobojni, czyli o nowych mediach w Kościele*, , Kraków 2017, s. 18-19.

⁴ M. Przybysz, *Kreowanie wizerunku Kościoła w mediach za pomocą public relations i reklamy*, w: *Media w Kościele i Kościół w mediach. Edukacja medialne, dziennikarska i w zakresie public relations z zastosowaniem technologii Web 2.0 w Kościele i w Polsce*, red. M. Przybysz, J. Kloch, Katowice 2012 s. 11-50.

twierdząc, że jedyny właściwy obraz Kościoła to Kościół realny, prawdziwy, a nie Kościół, który się podoba. Stawia istotne pytanie – czy wizerunek współczesnego Kościoła jest realny, w znaczeniu prawdziwy i dochodzi do wniosku, że jeśli trzeba poprawić jego wizerunek, to na pewno nie w znaczeniu estetycznego upiększania, ale jego urealnienia⁵.

Grzegorz Łęcicki opisał charakterystyczne rodzaje stereotypów medialnych, które można potraktować za pewne wzorce ogólne ukazujące nieprzychylność środowiska medialnego wobec Kościoła katolickiego. Wśród negatywnych przejawów wizerunku Kościoła wymienił i scharakteryzował: ukazywanie Kościoła jako zagrożenie dla demokracji, jako zagrożenie dla budżetu państwa, dla postępu i nowoczesności, dla moralności, jako zagrożenie dla Kościoła powszechnego, a także Kościół jako przedmiot kpin, ordynarnych żartów i zachowań⁶.

Negatywnym medialnym obrazom Kościoła katolickiego przeciwstawiany jest wizerunek, ukazywany przede wszystkim w mediach katolickich. Pozytywnie należy ocenić aktywności niektórych duchownych katolickich, którzy chętnie wykorzystują media społecznościowe i komunikują się z wiernymi prowadząc wideoblogi, fotoblogi, audioblogi, a także własne strony internetowe. O potencjalne portali społecznościowych z możliwością wykorzystania ich w służbie ewangelizacji wskazując szanse i zagrożenia wynikające z korzystania z social mediów ciekawą pozycję napisał Mateusz Pietrzak, w której przekonuje, że media społecznościowe są niewątpliwie szansą na komunikację z młodym pokoleniem: przede wszystkim z osobami w wieku szkolnym oraz akademickim. Dają możliwość ukazania im nowoczesnej strony Kościoła, który jawi się jako zacofany i nieprzystosowany do współczesnego świata⁷. Młodzi ludzie nie zawsze poszukują dogmatów religijnych, nie wszystkim interesuje intelektualny dyskurs teologiczny czy filozoficzny, poszukują raczej bezpieczeństwa, akceptacji, autentyczności i radosnych doznań religijnych⁸.

Zagadnienia tematyczne związane z tworzeniem wizerunku Kościoła w prasie posłużą do strukturalizacji treści artykułu. W pierwszej części uwaga poświęcona będzie ogólnej charakterystyce dyskursu prasowego i specyfice prasowych przekazów religijnych. Następnie w przybliżone zostaną techniki kreowania wizerunku Kościoła katolickiego poparte przykładami z polskich publikacji prasowych tematycznie odnoszące się do trzech ważnych wydarzeń z życia Kościoła, które spotkały się ze sporym zainteresowaniem ze strony mediów. Są nimi: rezygna-

⁵ A. Draguła, *Kościół kłopoty z wizerunkiem*, w: *Kościół. Komunikacja. Wizerunek*, red. R. Kowalski Wrocław 2016, s. 24.

⁶ G. Łęcicki, *Obraz Kościoła w mediach III RP*, w: *Spółczesność polskie dziś. Samoświadomość, uznanie, edukacja*, red. M. Saganiak, M. Werner, M. Woźniewka-Działak, Ł. Kucharczyk, Warszawa 2018, s. 48-58.

⁷ M. Pietrzak, *Blogobojni, czyli o nowych mediach w Kościele*, Kraków 2017, s. 118.

cji Benedykta XVI z urzędu papieża oraz synody: o rodzinie, które odbyły się w 2014 i 2015 roku oraz o młodzieży z 2018 roku.

Czym jest dyskurs prasowy – próba dookreślenia

Dyskurs prasowy definiuję jako typ dyskursu tekstowego tworzonego przez autorów publikacji i przeznaczonego dla czytelników zarówno rzeczywistych jak i potencjalnych, w którym zawarta jest jakaś intencja nadawczo-odbiorcza. Korzystając z cech tekstów potraktowanych jako jednostki komunikacyjne warto wyakcentować, że każdy tekst składający się na dyskurs prasowy jest samodzielną całością informacyjną, posiadającą określone znaczenie. Każde czytanie tekstu, jeżeli towarzyszy temu procesowi próba zrozumienia znaczenia tekstu, wprowadza ten konkretny tekst w dyskurs. Jest to więc swego rodzaju ponowne wprowadzanie go w sytuację komunikacyjną, tym razem odbioru. Wcześniejszą sytuacją komunikacyjną była aktualizacją dyskursu w momencie pisania tekstu⁸. Cechą charakterystyczną dyskursu prasowego, przynależącego do szerszej klasy dyskursów medialnych, jest aspekt anonimowego masowego odbiorcy. W momencie odbioru czytelnik spotyka się z intencją autora tekstu, która jest podstawą skonstruowania świata przedstawionego w tekście. Intencja jest z reguły rezultatem uwarunkowań indywidualnych – subiektywnych autora oraz uwarunkowań zewnętrznych i zależy od tego, czemu tekst ma służyć, w jakich warunkach powstaje, kim jest autor, bowiem zespala język z otoczką zjawisk społecznych, kulturowych i sytuacyjnych. Na obszarze tekstu wkomponowane są mniej lub bardziej wyrażone strategie komunikacyjne. Strategie potocznie rozumiemy jako świadomie i celowo stosowane sposoby procedur umożliwiających osiągnięcie zamierzonych efektów. Uwzględniając powyższe uwagi strategie komunikacyjne zdefiniować można ogólnie i pojemnie, jako zastosowane przez nadawcę sposoby oraz formy organizacji wypowiedzi tekstowej, mające na celu przedstawienie (czasem także narzucenie) odbiorcy określonej wizji rzeczywistości lub jej interpretację. Na potrzebę niniejszego opracowania dyskurs prasowy definiuję jako typ dyskursu medialnego utworzonego z treści publikacji o tematyce religijnej konkretyzującej się w charakterystyce wybranych wydarzeń z życia Kościoła katolickiego, które zawierają określone intencje nadawczo-odbiorcze.

⁸ Por. J. Szulich-Kałuża, *The Pluralism of Spirituality in Press Coverege*, w: *Secularization and Development of Religion in Modern Society*, red. L. Dyczewski, Waszyngton 2015; Taż, *Pluralizm religijności i duchowości w przekazach prasowych*, w: *Tożsamość religijna w nowoczesności*, red. L. Dyczewski, K. Jurek, Lublin 2015.

⁹ J. Labocha, *Tekst, wypowiedź, dyskurs w procesie komunikacji językowej*, Kraków 2008, s.79.

Przekazy religijne w dyskursie prasowym

Religijny dyskurs prasowy charakteryzuje się swoistymi cechami. W przekazie treści o charakterze religijnym uwzględnić należy przynajmniej trzy wymiary niezwykle pomocne dla lepszego zrozumienia specyfiki medialnych ujęć problematyki religijnej. Są to aspekty: merytoryczny czyli przedmiotowy, poziom treściowy i językowy oraz aspekt podmiotowy¹⁰.

Pierwszy aspekt związany jest głównie ze znajomością danego tematu albo określonego zagadnienia szczegółowego pojawiającego się na styku perspektyw: człowiek – świat – religia – Kościół. Istotna jest znajomość przedmiotu na podstawie bezpośrednich źródeł, a nie wtórnych np. medialnych. Aby studium było maksymalnie obiektywne, istnieje potrzeba sprawdzenia różnych źródeł krytycznie ujmujących dane zagadnienia¹¹. W odniesieniu do religii katolickiej wyłania się zagadnienie rzetelnej wiedzy, wpływającej na pierwszym miejscu ze znajomości Pisma św. Ważną kwestią jest też znajomość Katechizmu Kościoła Katolickiego oraz wartościowych dokumentów na temat nauczania doktryn wiary.

Drugi poziom rozumienia przekazów religijnych jest to wymiar języka i połączonego z nim przekazu, który za sprawą dobranej formy ma istotne znaczenie dla treści i efektu końcowego. Można dziś zaryzykować stwierdzenie, że komunikację międzyludzką zdominowały przekazy oparte na wizualno-tekstowych technikach rejestrujących i odtwarzających różnorodne aspekty życia ludzkiego, także religijnego. Językowe odtwarzanie rzeczywistości za pomocą nośników medialnych należy niezaprzeczalnie do istotnych funkcji mediów w społeczeństwie. Tworzenie rzeczywistości za pomocą środków językowych obejmuje kilka poziomów:

- strukturalizację świata – wyodrębnienie obiektów i zjawisk będących obiektem zainteresowania;
- opis i charakterystykę wyodrębnionych obiektów;
- uporządkowanie opisanych obiektów i zjawisk;
- ocenę opisanych obiektów i zjawisk;
- ubogacenie emocjonalne – wniesienie sposobu doświadczania, przeżywania i wyobrażania otaczającej rzeczywistości¹².

Struktura zachowań językowych jest zmienna, uzależniona od czynników społeczno-kulturowych. Warto w tym miejscu wyakcentować społeczne i kulturowe funkcje języka w dwóch wymiarach: indywidualnym i społecznym. Współczesne media poprzez swoje przekazy słowno-obrazowe należą do czynników modelujących współczesne postawy, wzory zachowań, wartości i normy. Tekst należy więc

¹⁰ M. Pytko, *Kompetencje w zakresie rozumienia przekazów religijnych*, w: *Konieczność i różnorodność kompetencji medialnej*, red. A. Sugier-Szerega, M. Sławek-Czochra, Lublin 2012, s.43.

¹¹ Tamże s. 44.

¹² J. Mackiewicz, *Wyspa – językowy obraz wycinka rzeczywistości*, w: *Językowy obraz świata*, red. J. Bartmiński, Lublin 1990 s. 197.

traktować jako dynamiczny i kompleksowy środek komunikacji społecznej – zespała język z otoczką zjawisk społecznych, kulturowych i sytuacyjnych. Może mieć charakter racjonalny, neutralny, emocjonalny lub wartościujący. Problemy religijne muszą być trafnie wyrażone i przedstawione, co w czasach postępującej sekularyzacji i pewnego kryzysu języka religijnego jest niełatwym zadaniem. Dla autorów jest to nieustanne wyzwanie, aby znaleźć właściwe środki językowe i formę ujęcia tego, co ponadczasowe i ponadnaturalne, nie deformując i nie zniekształcając istoty problemów religijnych. Trzeci ostatni wymiar medialnych ujęć problematyki religijnej określony jako podmiotowy odnosi się do człowieka jako kogoś, kto ostatecznie interpretuje omawiane treści, próbuje je odczytać w kontekście wiary i transcendentnej relacji z Bogiem.

Techniki kreowania wizerunku Kościoła katolickiego na wybranych przykładach z polskiej prasy

Analizy własne publikacji prasowych, które tematycznie odnosiły się czterech istotnych wydarzeń z życia Kościoła katolickiego, przypomnijmy – rezygnacji Benedykta XVI z urzędu papieża oraz synody: o rodzinie, które odbyły się w 2014 i 2015 roku oraz o młodzieży z 2018 roku przeprowadziłam z perspektywy krytycznej analizy dyskursu z wykorzystaniem techniki jakościowej analizy zawartości. Treści prasowe posłużyły do poszukiwań określenia sposobów medialnego kreowania wizerunku Kościoła katolickiego w Polsce. Systematyzacja i uporządkowanie materiału prasowego pozwoliła na wyróżnienie kilku technik, które mogą być potraktowane jako egzemplifikacje pewnych stałych schematów opisów kształtujących obraz Kościoła. Poniżej zaprezentowana jest propozycja zestawu przedmiotowych technik wraz z ich charakterystyką.

1. Technika formatowania przekazu w pozytywnym lub negatywnym kontekście

Nie ulega wątpliwości, że kształt linii redakcyjnych wyraźnie różnicuje sposób opisu wydarzeń z życia Kościoła katolickiego – trudno zatem mówić o bezstronności dziennikarskiej. W przekazach medialnych odwzorowywane są poglądy, opinie i wartości, reprezentowane przez kolegia redaktorskie – zaznaczają się zatem istotne różnice między poszczególnymi nadawcami i treściami ich przekazów. Dobrym przykładem ilustrującym powyższe stwierdzenia jest dyskurs prasowy tygodników opiniotwórczych na temat rezygnacji papieża Benedykta XVI¹³. W pierwszej kolejności przyjrzymy się przykładom narracji pozytywnych, które można znaleźć w publikacjach „Gościa Niedzielnego” i „do Rzeczy”.

¹³ P. Kucia, *Prasowy obraz rezygnacji Benedykta XVI w wybranych polskich tygodnikach opiniotwórczych*, niepublikowana praca licencjacka napisana pod kierunkiem Justyny Szulich-Kałuży,

Dziennikarze „Gościa Niedzielnego” ukazywali Benedykta XVI jako człowieka prawdziwie schorowanego, któremu zabrakło fizycznych sił do rządzenia Kościołem, sporo miejsca poświęcali Jego nauczaniu, opierając się na ostatnich wystąpieniach podkreślali odpowiedzialność Papieża i Jego autentyczność. Zacytowane są słowa ustępującego papieża: „(...) także w naszych czasach wielu gotowych jest by rozdzierać szaty w obliczu skandali i niesprawiedliwości – rzecz jasna popełnionych przez innych, ale niewielu jest skłonnych by czynić to w odniesieniu do swego serca, swojego sumienia i swoich intencji, pozwalając, by Pan je przemienił, odnowił i nawrócił. Trzeba nam się nawrócić całym sercem”¹⁴. Dziennikarze „do Rzeczy” bronią decyzji ustępującego Papieża, podkreślają Jego zdolności duszpasterskie i administracyjne, wkład w zażegnanie kryzysu związanego z molestowaniem przez duchownych, zaangażowanie w dialog ekumeniczny, wznowienie dialogu z ekskomunikowanymi biskupami z Bractwa Kapłańskiego św. Piusa X.

W tekstach publicystów „Wprost” można odszukać różne oceny papieskiej abdykacji. Ogłoszenie rezygnacji porównywane jest do wcześniejszych przypadków¹⁵.

Przykłady narracji negatywnych odnajdziemy w dyskursie prasowym „Newsweeka” i „Polityki”. Dziennikarze „Newsweeka” przedstawiali Benedykta XVI jako skrajnie konserwatywnego i despotycznego władcę, który wykorzystując swoją pozycję dążył do jeszcze mocniejszego zradykalizowania Kościoła, jego decyzje i relacje na płaszczyźnie religijnej i dyplomatycznej prowadziły do jeszcze większego kryzysu. Dziennikarze „Polityki” skupiali się na negatywnych informacjach, podsumowali pontyfikat Benedykta XVI jako radykalizację doktrynalną, zwrócili uwagę, że w latach sprawowania Jego rządów, Kościół katolicki stracił wielu wiernych oraz oddalił się od wizji Kościoła Jana Pawła II, obarczyli Go odpowiedzialnością za aferę Vatileaks oraz tuszowanie seksualnych nadużyć niektórych duchownych. Analizowane tytuły prasowe można zatem podzielić na trzy grupy. Pierwszą stanowią przekazy dziennikarzy „Gościa Niedzielnego” i „do Rzeczy” – ich narrację można określić jako przychylną. W drugiej grupie można umieścić publikacje „Newsweeka” i „Polityki”, w których dziennikarze mieli negatywny stosunek do Benedykta XVI. Trzecią grupę stanowią publikacje „Wprost”, którzy wydają się być najbardziej neutralni, dostrzegają zarówno pozytywne, jak i negatywne skutki rezygnacji wieloaspektowo spoglądają na zaistniałą sytuację¹⁶.

Lublin 2017, s.38.

¹⁴ T. Jaklewicz, *Ostatnie lekcje Benedykta*, „Gość Niedzielnny”, nr 8, 24.02.2013, s. 5.

¹⁵ M. Dzierżanowski, *Kto po Benedykcie?*, „Wprost”, nr 8, 24.02.2013, s. 59-63; S. Hołownia, *Gdy rozum się martwi*, „Wprost”, nr 8, 24.02.2018, s. 57-58.

¹⁶ P. Kucia, dz. cyt., s.38.

2. Technika dezinformacji (niezamierzona, wynikająca z niestaranności dziennikarskiej, braku wiedzy lub zamierzona, celowo zastosowana)

Prawidłowe opisywanie, a następnie odczytywanie przekazów religijnych wymaga rzetelnej oceny różnych zjawisk, wydarzeń lub informacji. W perspektywie przedmiotowej kompetentnym nazwiemy tego dziennikarza, który zagadnienia religijne stara się poznać ze strony różnych źródeł, wnikliwie śledzi ich teść i rozwój, nie pomijając przy tym problemu ich rzetelności w mediach. Analizę prowadzi z perspektywy różnych stron i ujęć, w celu porównania, wyważenia, skonfrontowania i problematyki religijnej wymaga posiadania określonego stanu wiedzy zarówno po stronie nadawcy i odbiorcy oraz starannego przygotowania przekazu od strony nadawcy m.in. korzystanie z wielu wiarygodnych źródeł, walka z „beźródłowością”, pogłębienie przekazu¹⁷. Niestaranność dziennikarską można omówić przytaczając przykłady relacji dziennikarskich poświęconych dwóm synodom o rodzinie z lat 2014 i 2015, które należy potraktować jako odrębne zgromadzenia synodalne różniące się sformułowanymi tematami. Przypomnijmy, synod z 2014 r. skoncentrowany był wokół tematu: „Wyzwania duszpasterskie związane z rodziną w kontekście ewangelizacji”, natomiast synod z 2015 r. zatytułowany został „Powołanie i misja rodziny w Kościele i świecie współczesnym”. Z przejawami niestaranności w pracy dziennikarskiej spotkamy się w dyskursie prasowym „Gazety Wyborczej” – brakuje precyzyjnych wyjaśnień odnośnie statusu i zasadniczej odrębności obydwu zgromadzeń. W zamian pojawiają się sformułowania wprowadzające nieporządek myślowy typu: „wstęp do większego synodu jesienią 2015 r.”; „zadaniem tego synodu jest przygotowanie gruntu pod kolejny, większy synod w październiku 2015 r.”; „Kościół wróci do tej samej tematyki na większym synodzie o rodzinie jesienią 2015 roku”; „większy synod za rok”; „w niedzielę zaczyna się druga część synodu poświęconego rodzinie”; „rusza dzisiaj w Watykanie rzymskokatolicki ogólnoswiatowy synod biskupów poświęcony problemom rodzinnym. Dalszy ciąg dyskusji rozpoczętej rok temu, dwa posiedzenia synodu o rodzinie”¹⁸.

3. Technika fragmentaryzacji w ukazywaniu problematyki religijnej

Selekcja tematów publikowanych w prasie nie zawsze odbywa się według kryterium wagi i znaczenia, a prostej atrakcyjności dla określonej grupy odbiorców. Spośród tematów dokumentu końcowego po XV Zgromadzeniu Ogólnym Synodu Biskupów o młodzieży (3-28.11.2018) w „Gazecie Wyborczej” hasłowo

¹⁷ M. Pytko, dz. cyt., s.44.

¹⁸ Szczegółowa analizę zagadnienia przedstawiona jest w pracy licencjackiej: M. Piedziewicz, *Synod o rodzinie w dyskursie o prasowym „Gazety Wyborczej”*, niepublikowana praca licencjacka napisana pod kierunkiem Justyny Szulich-Kałuży, Lublin 2017, s. 25-26.

wymienione są tematy rozważane na synodzie, a więcej miejsca poświęcone jest dwóm zagadnieniom, których schematy opisu warto zacytować: „Dokument zatrzymuje się również nad potrzebą dowartościowania i rozpoznania kobiet w społeczeństwie i Kościele (...), z nadzieją na obecność kobiet w strukturach kościelnych na wszystkich szczeblach, także w pełnieniu odpowiedzialnych funkcji”¹⁹. Dalej przeczytamy: „W dokumencie są też fragmenty dotyczące pedofilii w Kościele. Biskupi uważają, że czyny popełnione przez niektórych biskupów, księży, duchownych i świeckich powodują, że są ofiary, a wśród nich wielu młodych ludzi i cierpienia, które mogą trwać całe życie i na które żadna skrucha nie będzie lekarstwem. Choć pedofilia jest rozpowszechniona w społeczeństwie, biskupi przyznają, że stanowi poważną przeszkodę dla misji Kościoła”²⁰.

W uzasadnianiu pewnych racji dziennikarze np. o istnieniu sporej grupy katolików, którzy nie zgadzają się z kościelną nauką moralną, odwołują się do szeroko rozumianej nauki, ekspertów, wyników badań i sondaży: „Ale twierdzić, że w różnorodnym polskim Kościele nie ma ludzi, którzy by oczekiwali pewnych modyfikacji, to zwyczajne zamykanie oczu na rzeczywistość. Zresztą łatwo dostępną w wynikach licznych badań socjologicznych”²¹; „Biskupi mają czas na rozmowy, dodatkowe lektury, skonfrontowanie swoich opinii ze zdaniem zaufanych ludzi oraz ekspertów”²². Innym charakterystycznym elementem fragmentaryzacji jest pomijanie aspektu duchowego i nadprzyrodzonego w omawianiu problematyki religijnej: brak powoływania się na prawdach Objawienia Bożego i zasad Ewangelii, brak uwzględnienia transcendentnego związku człowieka z Bogiem w dyskursie²³.

4. Technika pouczania i wymuszania zmian w doktrynie Kościoła

W publikacjach prasowych powtarza się motyw konieczności otwarcia się na zmiany i reformy w nauczaniu Kościoła katolickiego. Znajdziemy wskazania dotyczące redefinicji rodziny: „Myślę, że już wkrótce Kościół posłuży się teorią [że materia, czyli zamysł Boga, jest trwały, ale forma jego realizacji zmienia się w zależności od czasów – J.S.K.], by uzasadnić otwarcie na inne formy związków, również homoseksualnych. Będzie to wielki postęp przede wszystkim w dziedzinie walki z hipokryzją. Bo „tradycyjna rodzina” z wyobrażeń Kościoła

¹⁹ mw, *Papież po synodzie: To trudny moment dla Kościoła*, <http://wyborcza.pl/7,75399,24100811,papiez-po-synodzie-to-trudny-moment-dla-kosciola.html> [06.12.2018] (...)

²⁰ Tamże.

²¹ K. Sawicki, *Konferencja Episkopatu Polski najwierniejszej*, http://wyborcza.pl/magazyn/1,124059,18111136,Konferencja_episkopatu_Polski_najwierniejszej.html [04.12.2018]

²² K. Sawicki, *Miłosierdzie, czy prawo i sprawiedliwość. Kościół w czas burzy*, http://wyborcza.pl/magazyn/1,124059,17184009,Miłosierdzie_czy_prawo_i_sprawiedliwosc_Kosciol_w.html [04.12.2018]

²³ M. Piedziewicz, dz. cyt. s. 32.

i prawicowych polityków praktycznie nie istnieje. I to nie tylko dlatego, że znacząca część mężczyzn lubi wymieniać starą żonę na nowy model lub potępiać rozwody i korzystać z agencji towarzyskich, ale dlatego, że zmienia się świat społeczny, zakres wolności, pojęcie szczęścia. Również kobiet. Ludzie żyją w różnych związkach lub poza nimi. Rodziny mają różną formę. (...) Prędzej czy później przyjdzie hierarchom uznać, że to, co buduje rodzinę, to treść, a nie forma. Miłość i wsparcie, a nie dokument. Choć być może dla przyspieszenia tego procesu będzie trzeba najpierw znieść celibat. Bo rodzina to także doświadczenie²⁴”.

Ze strony dziennikarzy padają konkretyzacje postulatów zmian: „A poza tym ożywia mnie chrześcijańska nadzieja na jakieś w przyszłości zwycięstwo Kościoła otwartego, ekumenicznego, jak ktoś tam rzecz nazwał: otwartego na niedolę „rozwodników” oraz ludzi o innej orientacji seksualnej, o wiele bardziej niż tamci obrażanych, wyśmiewanych, poniżanych²⁵”.

Postulat komunii dla rozwodników to kolejny eksponowany temat w publicystyce prasowej. Dziennikarze w swoich tekstach ukazywali intensywną debatę nad tym zagadnieniem, sprzężenie pomiędzy konserwatystami a liberałami i możliwą drogę zmian – opartą o propozycje kardynała Waltera Kaspera lub wzorującą się na regulacjach prawosławia.

5. Technika wydawania sądów emocjonalno-oceniających

W prasowym dyskursie łatwo odszukać sformułowania, które są redukcją obrazu rzeczywistości do konstrukcji subiektywnych nasyconych emocjonalnie i stereotypowo upraszczających. Za przykład mogą posłużyć tytuły pochodzące z „Gazety Wyborczej”: „Polscy biskupi będą nawracać w Watykanie”, „Polscy biskupi odwracają się od rodziny”, „Kościół coraz bardziej odwraca się od społeczeństwa”, „Biskupi i płacz zawiedzionej macicy”.

Obiektem negatywnych emocjonalno-oceniających sądów nie jest Kościół jako wspólnota wiernych wraz z duchownymi, tylko Kościół instytucjonalny, hierarchiczny. Oto kilka przykładów pejoratywnych określeń opublikowanych na łamach „Gazety Wyborczej”: „rodzimi ultrakatolice”, „sfrustrowani hierarchowie”, „polscy fundamentaliści”, „malkontenci”, „(...) abp Gądecki ustawił się (...) w jednym szeregu z największymi krytykami papieża Franciszka”, „wystąpienia polskich biskupów na synodzie wcale nie pomogły obronić rodziny, ale jedynie pogłębiły mur między nią a Kościołem”, „kultura odrzucenia w Kościele”.

²⁴ M. Środa, *Rodzina zmienną jest*, http://wyborcza.pl/1,75968,16842963,Rodzina_zmienna_jest.html [04.12.2018]

²⁵ J. Turnau, *Synod największych nadziei*, http://wyborcza.pl/1,75968,16830551,Synod_najwiekszych_nadziei.html [04.12.2018]

6. Technika pogłębienia problematyki religijnej

W dyskursie prasowym znajdziemy także publikacje wysoce merytoryczne o tematyce religijnej. Można w tym miejscu wskazać na publikacje dobrze orientujące w poruszanej tematyce, wiernie oddające specyfikę synodów i używanie specjalistycznych nazw związanych z wydarzeniami synodalnymi np. „Instrumentum laboris”²⁶, „Relatio synodi”²⁷, „Circulus Angelicus B”²⁸. Czytelnik przeczyta o znaczeniu użytych terminów, znajdzie szerszy kontekst teologiczno-histeryczno-społeczny nauczania Kościoła związanego z życiem, seksualnością, małżeństwem, rodziną²⁹. Niewątpliwie opisane zabiegi dziennikarskie mają na celu rzetelne przedstawienie tematu od strony nauczania Kościoła katolickiego zaliczają się do nurtu dziennikarstwa jakościowego.

Zakończenie

Opis sposobów kreowania wizerunku Kościoła katolickiego w mediach był centralnym tematem niniejszego opracowania. Dyskurs religijny na przykładzie publikacji o wybranych wydarzeniach religijnych stał się przedmiotem szczegółowej analizy. W analizie własnej uwzględniono perspektywę krytycznej analizy dyskursu, której jednym z założeń jest, że zmiany społeczne mogą zachodzić pod wpływem komunikacji, czyli nie jest obojętne jakie treści na poziomie przekazów medialnych są przekazywane i odbierane w mediatyzowanych społeczeństwach. Analiza pozwoliła na nazwanie i charakterystykę kilku technik kreowania wizerunku Kościoła katolickiego w prasie, m.in. technikę formatowania przekazu w pozytywnym lub negatywnym kontekście, technikę dezinformacji, technikę fragmentaryzacji, technikę pouczenia i wymuszania zmian oraz technikę pogłębienia. Wiedza o nich z pewnością pozwala na bardziej krytyczne i refleksyjne odczytywanie tekstów dziennikarskich. Warto na koniec wyakcentować kilka postulatów tworzenia rzetelnego, merytorycznego i jakościowo wartościowego przekazu religijnego:

1. Przełożenie wartości chrześcijańskich i nauki Kościoła na język i sposób zrozumiały dla odbiorców;
2. Podnoszenie poziomu intelektualnego odbiorców, uwalnianie od niewiedzy, przesadów, uprzedzeń religijnej;

²⁶ T. Bielecki, *Synod o rozwodnikach*, http://wyborcza.pl/1,75399,18219117,Synod_o_rozvodnikach.html [06.12.2018]

²⁷ T. Bielecki, *Otwarcie Kościoła*, http://wyborcza.pl/1,75399,16830557,Otwarcie_Kosciola.html [06.12.2018]

²⁸ T. Bielecki, *Kościół, poprawki do rewolucji*, <http://wyborcza.pl/51,75399,16817560.html?i=1> [06.12.2018]

²⁹ M. Piedziewicz, dz. cyt., s.30.

3. Nakreślenie kontekstu wydarzenia z odwołaniem do wielu źródeł, w tym do dokumentów Kościoła i jego nauczania;

4. Uwzględnianie aspektu duchowego i nadprzyrodzonego: poznawania Objawienia Bożego i zasad Ewangelii, uwzględnienie transcendentnego związku człowieka z Bogiem.

Bibliografia:

Bielecki T., *Kościół, poprawki do rewolucji*, <http://wyborcza.pl/51,75399,16817560.html?i=1> [06.12.2018]

Bielecki T., *Otwarcie Kościoła*, http://wyborcza.pl/1,75399,16830557,Otwarcie_Kosciola.html [06.12.2018]

Bielecki T., *Synod o rozwodnikach*, http://wyborcza.pl/1,75399,18219117,Synod_o_rozvodnikach.html [06.12.2018]

Draguła A., *Kościół kłopoty z wizerunkiem*, w: *Kościół. Komunikacja. Wizerunek*, red. R. Kowalski Wrocław 2016, s. 15-25.

Drożdż M., *Etyczność jako narzędzie diagnostyczne jakości dziennikarstwa*, w: *Klinika dziennikarstwa – diagnoza*, red. K. Wolny-Zmorzyński, K. Konarska, Wrocław 2017, s. 21-38.

Dzierżanowski M., *Kto po Benedyckie?*, „Wprost”, nr 8, 24.02.2013, s. 59-63.

Hołownia S., *Gdy rozum się martwi*, „Wprost”, nr 8, 24.02.2018, s. 57-58.

Jaklewicz T., *Ostatnie lekcje Benedykta*, „Gość Niedzielny”, nr 8, 24.02.2013, s. 4-5.

Kucia P., *Prasowy obraz rezygnacji Benedykta XVI w wybranych polskich tygodnikach opiniotwórczych*, niepublikowana praca licencjacka napisana pod kierunkiem Justyny Szulich-Kałuży, Lublin 2017.

Labocha J., *Tekst, wypowiedź, dyskurs w procesie komunikacji językowej*, Kraków 2008.

Łęcicki G., *Obraz Kościoła w mediach III RP*, w: *Spółczesność polskie dziś. Samoświadomość, uznanie, edukacja*, red. M. Saganiak, M. Werner, M. Woźniewka-Działak, Ł. Kucharczyk, Warszawa 2018, s. 46-64.

Mackiewicz J., *Wyspa – językowy obraz wycinka rzeczywistości*, w: *Językowy obraz świata*, red. J. Bartmiński, Lublin 1990, s.193-206.

mw, *Papież po synodzie: To trudny moment dla Kościoła*, <http://wyborcza.pl/7,75399,24100811,papiez-po-synodzie-to-trudny-moment-dla-kosciola.html> [06.12.2018]

Nagórny J., *Obraz Kościoła w środkach komunikacji społecznej*, w: *Przesłanie chrześcijańskie a mass media. Aspekty prawno kanoniczne. Materiały ze spotkań wykładawców prawa kanonicznego*, red. A. Kaczor, Lublin 2000.

Piedziewicz M., *Synod o rodzinie w dyskursie o prasowym „Gazety Wyborczej”*, niepublikowana praca licencjacka napisana pod kierunkiem Justyny Szulich-Kałuży, Lublin 2017.

Pietrzak M., *Blogobojni, czyli o nowych mediach w Kościele*, Kraków 2017.

Pytko M., *Kompetencje w zakresie rozumienia przekazów religijnych*, w: *Konieczność i różnorodność kompetencji medialnej*, red. A. Sugier-Szerega, M. Sławek-Czochra, Lublin 2012, s. 43-49.

Przybysz M., *Kreowanie wizerunku Kościoła w mediach za pomocą public relations i reklamy*, w: *Media w Kościele i Kościół w mediach. Edukacja medialna, dziennikarska i w zakresie public relations z zastosowaniem technologii Web 2.0 w Kościele i w Polsce*, red. M. Przybysz, J. Kloch, Katowice 2012, s. 11-50.

Sawicki K., *Konferencja Episkopatu Polski najwierniejszej*, http://wyborcza.pl/magazyn/1,124059,18111136,Konferencja_episkopatu_Polski_najwierniejszej.html [04.12.2018]

Sawicki K., *Milosierdzie, czy prawo i sprawiedliwość. Kościół w czas burzy*, http://wyborcza.pl/magazyn/1,124059,17184009,Milosierdzie_czy_prawo_i_sprawiedliwosc_Kosciol_w.html [04.12.2018]

Szulich-Kałuża J., *The Pluralism of Spirituality in Press Coverage*, w: *Secularization and Development of Religion in Modern Society*, red. L. Dyczewski, Waszyngton 2015, s.141-155.

Szulich-Kałuża J., *Pluralizm religijności i duchowości w przekazach prasowych*, w: *Tożsamość religijna w nowoczesności*, red. L. Dyczewski, K. Jurek, Lublin 2015, s.103-118.

Środa M., *Rodzina zmienną jest*, http://wyborcza.pl/1,75968,16842963,Rodzina_zmienna_jest.html [04.12.2018]

Turnau J., *Synod największych nadziei*, http://wyborcza.pl/1,75968,16830551,Synod_najwiekszych_nadziei.html [04.12.2018]

Słowa kluczowe:

wizerunek Kościoła, dyskurs prasowy, jakościowa analiza zawartości, tygodniki opiniotwórcze, dzienniki codzienne

Key words:

the image of Church, the press discourse, the qualitative content analysis, the opinion weeklies, the daily press

Summary

Creating the image of the catholic Church in the media is the mainly topic of this study. Thematic issues related to the image of Church in the press were used to structure the content of the article. In the first part, the attention were devoted

to the general characteristics of the press discourse and the specificity of press religious publications. In the next part, the techniques of creating the image of the Catholic Church were approximated, supported by examples from press publications of the daily press and the opinion-forming weeklies thematically referring to three important events of the life of the Church, which the media were interested. These are: the resignation of Pope Benedict XVI from the office of the Pope and synods: about the family in 2014 and in 2015, and about the youth in 2018. Systematisation and organization of press material by means of qualitative content analysis allowed to distinguish several techniques that can be treated as exemplifications of certain permanent patterns of church image descriptions. These are: the technique of formatting the coverage in a positive or negative context, the technique of disinformation, the technique of fragmentation, the technique of instructing and enforcing change and the in-depth technique.