

Katowice, 12.12.2022 r.

Ks. prof. dr hab. Ireneusz Celary  
Wydział Teologiczny  
Uniwersytet Śląski w Katowicach

### RECENZJA

rozprawy doktorskiej **ks. mgr-lic. Mateusza Szurgota** p.t. „**TEOLINGWISTYKA MEDIALNA EWANGELIZACYJNEGO PRZEPOWIADANIA POLSKICH BISKUPÓW W SERWISIE SPOŁECZNOŚCIOWYM YOUTUBE**”, przygotowanej na Wydziale Teologicznym Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie, w ramach seminarium z teologii środków społecznego przekazu i mediów audiowizualnych pod kierunkiem dr hab. Grzegorza Łęcickiego, prof. UKSW; promotor pomocniczy dr Aleksandra Gralczyk, Warszawa 2022, ss. 212.

Stosunek Kościoła do mediów i mediów do Kościoła to temat wpisujący się w szeroką dyskusję na temat Kościoła we współczesnym świecie i jego relacji z kulturą masową. Nauczanie Kościoła katolickiego dotyczące mediów przeszło w ciągu wieków znaczącą ewolucję. Kościół dostrzegł konieczność dogłębnego poznania działania i oddziaływania mediów. Podjął także naukową refleksję, konfrontując jej wyniki z katolickimi zasadami moralnymi. Te działania stanowią szansę do właściwego wykorzystywania środków masowego przekazu w misji ewangelizacyjnej Kościoła.

Recenzowana rozprawa doktorska, autorstwa ks. mgra lic. Mateusza Szurgota, wpisuje się w klimat dyskursu teologicznego na temat komunikacji społecznej w świetle nauczania Kościoła. Natomiast istnienie osobnej subdyscypliny teologicznej, a mianowicie teologii komunikacji i mediów, w Polsce zwanej teologią środków społecznego przekazu, stanowi doskonałą przestrzeń do zgłębiania doktryny medialnej w świetle niezmiennych treści Bożego Objawienia oraz nauczania Kościoła, który to Objawienie interpretuje i jego treści implementuje do praktyki duszpasterskiej.

Ta implementacja stanowi zasadniczy przedmiot pracy ks. mgr lic. Mateusza Szurgota. Jego przedmiot badań i teologicznej refleksji wymownie określa tytuł dysertacji. Teolingwistyka medialna ewangelizacyjnego przepowiadania polskich biskupów w serwisie społecznościowym YouTube potwierdza, że mass media stanowią bardzo ważny areopag głoszenia Ewangelii w laicyzującym się społeczeństwie w Polsce. Globalny wymiar tej laicyzacji jest naznaczony wyraźnym kryzysem rozumu. Następuje bowiem zamierzona przez samozwańcze, choć wpływowe środowiska, zmiana znaczeń tradycyjnych pojęć i katolickich norm moralnych. Prezentowana praca jest próbą odpowiedzi na pytania: Czy i jak biskupi polscy posługują się mediami, zwłaszcza serwisem YouTube, w dziele ewangelizacji oraz czy prezentowany materiał, zwłaszcza wizualny, jest przygotowywany zgodnie z regułami tworzenia dynamicznych komunikatów ikonicznych.

Przedmiotem mojej recenzji jest merytoryczny i metodologiczny walor tej dysertacji. Tę ocenę opieram na analizie jej poszczególnych elementów redakcyjnych.

## **I. Temat, problematyka, metoda i struktura rozprawy**

### *1. Temat rozprawy*

Autor recenzowanej rozprawy postawił na cel dokonanie krytycznej analizy sposobu realizacji misji ewangelizacyjnej przez polskich biskupów w mediach audiowizualnych. Ich katechezy, homilie i pasterskie pouczenia były rozpowszechniane za pomocą serwisu społecznościowego You Tube. Dotyczy to lat 2020-2021, zatem okresu pandemii COVID-19, kiedy wierni korzystali z dyspensy od obowiązku uczestniczenia w niedzielnych i świątecznych Mszach św.

Ten problem został przeanalizowany przy zastosowaniu teolingwistyki medialnej. Autor o tej proponowanej nowej metodzie badawczej, która jest zawarta w temacie dysertacji, tylko wspomina we wstępie. Natomiast omawia ją w drugiej części rozdziału drugiego. Twierdzi, że są oczywiste związki między religią a językiem jako narzędziem komunikacji. Teolingwistyka (z gr. theos – bóg, z łac. lingua – język) dotyczy języka religijnego. Autor, zna spór dotyczący definicji tego języka. Autor opowiedział się za koncepcją, że język religijny to specyficzny rodzaj języka, służący komunikacji wiary poprzez media. Teolingwistyka medialna łączy harmonijnie sferę werbalną z warstwą wizualną.

## *2. Problematyka*

Autor słusznie zauważył, że serwis YT jest bardzo popularny. Jest wykorzystywany także przez duchownych katolickich w ich posłudze słowa Bożego. Popularność serwisu jednak, zwłaszcza jego siła masowego oddziaływania, niekiedy przyćmiewa fundamentalny cel ewangelizacji, czyli prowadzenie człowieka ku nawróceniu i ku spotkaniu z Bogiem w realnej rzeczywistości. Rozbieżność celów między ewangelizacją a serwisem YT jest wyraźnie zauważalna. Wprawdzie właściciele serwisu zapewniają, że chcą „dać każdemu głos i pokazać go światu”, ale w praktyce preferuje się treści, które wyraźnie koncentrują się wokół hedonistycznego podejścia do życia. Wielu biskupów jest tego świadomych. Mimo tych niedoskonałości doceniają

oni duszpasterską i ewangelizacyjną użyteczność YouTube. Są przekonani, że działalność wirtualna Kościoła jest narzędziem, które może dobrze służyć ewangelizacji. Owszem, istnieje potrzeba, wprost konieczność, ewangelizowania cyberprzestrzeni (s. 49).

Wielu pasterzy Kościołów lokalnych w Polsce jest obecnych w mass mediach. Oni bowiem uważają, że obecność Kościoła w cyberprzestrzeni jest sposobem spotkania się z człowiekiem poszukującym sensu swego życia a nie tylko rozrywki i przyjemności. Te działania w wirtualnej przestrzeni mają i mogą doprowadzić człowieka do realnej, zbawczej wspólnoty Kościoła (s. 50).

### 3. *Metoda*

Autor dysertacji korzystał z wielu metod badawczych, ponieważ materiały audiowizualne cechuje duża złożonością. Ich komponentami są m.in.: osoba głoszącego, komunikacja wizualna mową ciała, także liczne instrumenty przekazu audiowizualnego i ich kompetentne wykorzystanie. Stąd zastosowane metody: analiza treści i ich synteza, interpretacja materiałów wizualnych, krytyczna metodologia badań nad wizualnością, oraz teolingwistyka medialna jako harmonijna analiza zarówno warstwy werbalnej, jak i ikonicznej.

### 4. *Struktura pracy*

Korpus pracy stanowi wykaz skrótów, stosowanych w tekście i w przypisach, wstęp, cztery rozdziały dysertacji, zakończenie oraz bibliografia i spis tabel i wykresów, które w przejrzysty sposób ukazują wyniki analizowanych treści, także wykaz ilustracji w formie dobrze zaprojektowanych rysunków oraz zdjęć, które budzą ciekawość i znacząco podnoszą walor pracy.

Problematyka pracy została zaprezentowana w czterech rozdziałach. Pierwszy ma charakter wprowadzenia teologicznego i dotyczy sposobów i środków ewangelizacji. Autor głoszenie Ewangelii przez biskupów wpisuje w fundamentalną misję Kościoła, który współcześnie realizuje Nową Ewangelizację. A to oznacza, że słowo Boże, zawarte w Starym Testamencie, a wypełnione w tajemnicy inkarnacji Syna Bożego, jest proklamowane za pomocą nowych form i sposobów. Stosuje więc w przekazie wiary obraz i sztuki wizualne. Wizualność treści zbawczych, nawiązująca do nauczania Chrystusa za pomocą barwnych przypowieści, uwzględnia „obrazkową” mentalność współczesnego odbiorcy.

Rozdział drugi, poświęcony historii i specyfice serwisu YouTube, zawiera opis metodologii badania przekazów audiowizualnych przepowiadania polskich biskupów oraz kryteria doboru materiałów do analizy. Rozdział trzeci pt. Analiza ilościowa Youtube’owego zaangażowania polskich biskupów w czasie obowiązywania dyspensy od udziału w niedzielnej mszy świętej, zawiera statystyczny wykaz autorów przekazów medialnych, kategoryzację analizowanych treści, także cechy badanych materiałów oraz stopień ich percepcji – ilość wyświetleń (s. 63).

Czwarty rozdział zawiera 12 przykładów zastosowania metody teolingwistyki medialnej wobec wybranych ewangelizacyjnych przekazów audiowizualnych polskich biskupów opublikowanych w serwisie YouTube. Te teksty były publikowane w czasie obowiązywania dyspensy od obowiązku udziału wiernych w niedzielnej i świątecznej Mszy Świętej z powodu pandemii wirusa COVID-19 (s. 79).

W zakończeniu Doktorant dobrze podsumował wnioski wynikające z analizy podjętych w pracy zagadnień. Wskazał też potrzebę kontynuowania badań tego zagadnienia.

## **II. Ocena merytoryczna**

Strona merytoryczna przedstawionej do recenzji pracy nie budzi większych zastrzeżeń, bowiem temat pracy został właściwie sformułowany. On jednoznacznie określa problem, konstatuje główną tezę dysertacji i wskazuje na cel pracy. Temat mieści się w teologicznomedialnej i pastoralnej specjalizacji.

Wstęp zawiera wszystkie wymagane informacje, dotyczące meritum pracy. Doktorant wyjaśnia w nim motywację do przebadania problemu: krytyczna analiza ewangelizacyjnego przepowiadania polskich biskupów w przekazach audiowizualnych (s. 7). Realizowany projekt ma charakter interdyscyplinarny. Dotyka on teologii biblijnej, eklezjologii, także teologii pastoralnej i socjologii.

Autor prezentując dotychczasowy dorobek badawczy w interesującej kwestii, stwierdził, że „kwerenda specjalistycznych zasobów bibliotecznych oraz internetowych wykazała brak jakichkolwiek publikacji naukowych dotyczących tematu sformułowanego w tytule dysertacji” (s. 8). Okazuje się, że nikt dotychczas nie analizował przepowiadania polskich biskupów na serwisie YouTube. Recenzowana praca jest w pewnym sensie pionierska. Jest stosunkowo dużo publikacji pomocnych w rozumieniu roli mediów społecznościowych i w analizowaniu publikowanych w nich materiałów. O tym świadczy załączona bibliografia.

## **III. Ocena metodologiczna**

Praca jest napisana starannie. Język rozprawy choć teologiczny, to jest jasny i komunikatywny. Doktorant posługuje się umiejętnie stylem naukowym, który cechuje m.in. logiczność wywodu, fachowość terminologii, precyzyjność określeń i swoboda prezentacji treści.

Kompozycja pracy jest przejrzysta. Klarowny i adekwatny jest spis treści. Układ poszczególnych rozdziałów jest logiczny. Jest zachowana ich proporcjonalność. Poszczególne rozdziały mają krótkie, ale rzeczowe

wprowadzenia. Natomiast ich zakończenia zawierają pożyteczne podsumowania. Prezentowany w poszczególnych rozdziałach materiał jest dobrze udokumentowany. To świadczy o naukowych kompetencjach Autora. Doktorant potrafi umiejętnie korzystać z metod badawczych i z obfitej literatury przy analizowaniu problemów badawczych.

Doktorant zgromadził, w wyniku kwerendy bibliotecznej, właściwą i wystarczającą literaturę. Jest to literatura polskojęzyczna. Umiejętnie korzystał z Biblii. Dobrze wykorzystał dokumenty Magisterium Kościoła, także dokumenty Episkopatu Polski. Obficie korzystał ze źródeł netograficznych oraz z materiałów badawczych medialnych, lingwistycznych, filozoficznych i historycznych, zwłaszcza z zakresu historii kultury, sztuki i religii. Nie można mieć większych zastrzeżeń do techniki sporządzania przypisów. Autor dobrze stosuje odsyłacze. Nie ustrzegł się drobnych błędów edytorskich. Są to nade wszystko literówki, np.: jest: potęga, zamiast potęgą ( s. 20); wytwarzanym, powinno być: wytwarzanymi (s. 24); miał miejsce obrębie chrześcijaństwa zachodniego, powinno być: miał miejsce w obrębie chrześcijaństwa zachodniego ( s. 32); audiowizualną formy przekazu, powinno być: audiowizualną formą przekazu ( s. 34). Te niedociągnięcia nie pomniejszają staranności Autora przy redagowaniu recenzowanej dysertacji.

#### **IV. Kwestie dyskusyjne**

Doktorant osiągnął wyznaczony sobie cel. Jest on wyrażony konstatacją, że Kościół po upadku komunizmu i likwidacji cenzury w 1990 roku w zakresie mediów nie wykorzystał w pełni szansy odzyskanej wolności i nie potrafił zagospodarować nawet przyznanych mu przestrzeni medialnych (s. 132). Recenzowana rozprawa dostarcza wielu informacji o funkcjonowaniu mediów społecznościowych. Więcej, dostarcza wiadomości o znikomym korzystaniu przez ludzi Kościoła z tych mediów w ich posłannictwie ewangelizacyjnym.

Niewątpliwie, stanowi źródło inspiracji do zgłębiania tej problematyki, zwłaszcza w wymiarze odpowiedzialności za publikowane materiały.

Doceniając walory merytoryczne i formalne recenzowanej dysertacji, recenzent zgłasza następujące kwestie dyskusyjne:

1. Czy i jakie formy edukacji medialnej proponuje dzisiejsze szkolnictwo, także formacja alumnów?
2. Dlaczego oglądanie transmisji Mszy św. nie czyni zadość obowiązkowi uczestnictwa w celebracji Eucharystii natomiast uzasadnione jest „telewizyjne” błogosławieństwo papieskie Urbi et Orbi?
3. Jakie są przyczyny stosunkowo małego zainteresowania biskupów polskich mediami społecznościowymi w ich misji ewangelizacyjnej?
4. Doktorant przywołał zasadę, zawartą w „Wytycznych dla społeczności”, że regulaminowo jest zakazane upowszechnianie treści erotycznych, zubożających człowieka, ale także materiałów zawierających treści fetyszystyczne, również drastyczne, oraz związane z przemocą lub poniżeniem. Bardzo sensowny przepis. Co z jego egzekwowaniem przez administrację YouTube?
5. Czy rzeczywiście media audiowizualne, a więc telewizja oraz Internet oferujący przekazy ikoniczne w postaci nowych symboli i posługując się własnym językiem, mogą być traktowane jako arbiter prawdy?

## **V. Wniosek końcowy**

Recenzowana rozprawa doktorska stanowi poważny głos w dyskusji o znaczeniu i przeznaczeniu mediów społecznościowych. Autor przybliżył stopień ich wykorzystania przez ludzi Kościoła, dokonując analizy przepowiadania polskich biskupów na serwisie YouTube. Uczynił to stosując nowatorską metodę teolingwistyki medialnej, która polega na harmonijnej analizie warstwy werbalnej i ikonicznej przekazu. Dokonana egzemplifikacja



tej analizy objęła wybrane przekazy z nauczania biskupów polskich. Autor wykazał się przy tym bardzo dobrym przygotowaniem merytorycznym i biegłością warsztatową.

Stwierdzam, że rozprawa doktorska **ks. mgr-lic. Mateusza Szurgota** spełnia ustawowe wymagania stawiane kandydatom do stopnia doktora, określone ustawą o stopniach i tytułach naukowych- uwzględnione w art.13 ust. 1 Ustawy z dnia 14 marca 2014 roku o stopniach naukowych i tytule naukowym. Wnoszę o kontynuowanie przewodu doktorskiego.

*ks. Jeremi Celamy*