

ks. prof. dr hab. Marek Lis

Wydział Teologiczny Uniwersytetu Opolskiego

ul. Drzymały 1a, 45-342 Opole

Recenzja rozprawy doktorskiej ks. Macieja Makuły SDB
Kerygmat w komunikacji wideo w mediach społecznościowych
napisanej pod kierunkiem dr hab. Moniki Przybysz, prof. UKSW

W liczącej przeszło 400 stron rozprawie doktorskiej ks. Maciej Makuła podejmuje tematykę z pogranicza dwóch obszarów – teologii oraz wiedzy o mediach, naznaczając swe studium z jednej strony przygotowaniem teologicznym, z drugiej – doświadczeniem i kompetencjami medialnymi, audiowizualnymi w szczególności. Podchodzi zatem do zagadnienia nie tylko jako teoretyk, próbujący je zgłębiać, lecz również jako praktyk, co okazuje się ogromnie przydatne dla całościowego spojrzenia na analizowane zjawisko.

Jest nim obecność duchownych w mediach społecznościowych, spośród których ks. Maciej Makuła wybiera medium *par excellence* audiowizualne, czyli YouTube. W tej cyfrowej, audiowizualnej przestrzeni, przekraczającej granice dotychczasowych, *analogowych*, sposobów głoszenia Ewangelii (już Benedykt XVI w Orędziu na Światowy Dzień Komunikacji Społecznej w 2010 r. pisał o „cyfrowym kontynencie”), autor rozprawy wybiera ośmiu – spośród wielu – duchownych, którzy z różną częstotliwością, regularnością i intensywnością przygotowują i publikują w Sieci nagrania wideo, by dostrzec, przeanalizować i ocenić w nich obecność kerygmatu, zasadniczego rdzenia nauczania Ewangelii.

Autor wyznacza szczególną mapę swych wysiłków na polu teologii komunikacji społecznej, dobierając narzędzia potrzebne nie tylko dla położenia teoretycznych fundamentów: jako teolog wychodzi od wskazań Magisterium, refleksji teologów i praktyki duszpasterskiej (wykaz zebranych w *Bibliografii* publikacji liczy aż 40 stron!), lecz świadom jest tego, że musi również podjąć badania, aby sięgając po metody właściwe naukom społecznym zrozumieć nie tylko przekazywane w cyfrowych mediach treści i ich znaczenia, lecz również ich oddziaływanie, zasięg i recepcję.

Trzeba przyznać, że nie jest to zadanie proste, nawet pod kierunkiem promotora, jaką jest prof. Monika Przybysz, będąca ekspertem w dziedzinie komunikacji w Kościele.

Układ i metoda pracy

Rozprawa, skonstruowana z 6 rozdziałów, jest *de facto* podzielona na dwie komplementarne części: pierwsze dwa rozdziały (*Kerygmat w Kościele rzymskokatolickim i Ewangelizacja w social media*) mają charakter teologiczno-pastoralny; kolejne trzy rozdziały tematycznie i metodologiczne wkraczają w obszar szeroko rozumianych nauk o komunikacji i mediach, mających przecież charakter interdyscyplinarny. Ostatni, szósty rozdział, jest próbą dość obszernego podsumowania wyników przedstawionych badań oraz wskazania praktycznych wniosków i postulatów, które odnoszą się do sposobów funkcjonowania treści religijnych (ewangelizacyjnych) w mediach cyfrowych: to szczególnie w tym rozdziale styka się medioznawstwo z teologią.

Głównym problemem badawczym pracy jest „ocena sposobów głoszenia kerygmatu poprzez formy wideo w mediach społecznościowych” (s. 11), a jego rozwiązaniu służą szczegółowe pytania, analizujące obecność (lub brak) elementów kerygmatu w filmach wybranych duchownych, ocena filmów przez odbiorców, jak i samoocena autorów filmów.

Punktem wyjścia dla Autora rozprawy jest próba wyjaśnienia, czym jest kerygmat: ks. Makuła zestawia w pierwszym rozdziale wybrane dokumenty Magisterium, różnej rangi – poczynając od poświęconej kinematografii encykliki Piusa XI *Vigilanti cura* z 1936 r. – i próbuje doszukać się w nich wskazówek dotyczących pojęcia kerygmatu, choć właściwie odnajduje w treści większości wybranych dokumentów jedynie kwestie ewangelizacji oraz wykorzystywania różnych mediów w misji Kościoła. Dopiero wtedy, w drugiej części rozdziału, definiuje w dość skrótowy sposób, czym jest istota kerygmatu: czy nie byłoby lepiej rozpocząć rozdział od zdefiniowania kerygmatu, a potem przejść do usytuowania go w wypowiedziach Magisterium? Niestety, już ten rozdział odsłania pewien brak metodologiczny pracy: doktorant w sprawny sposób kompiluje cytaty, przytacza i zestawia poglądy różnych autorów, nie zajmując jednak własnego stanowiska i w ten sposób pozbawiając czytelnika rozprawy krytycznego i syntetycznego ujęcia omawianych kwestii.

Drugi rozdział poświęcony jest ewangelizacji w mediach społecznościowych, którą Autor zasadniczo utożsamia z „głoszeniem kerygmatu” (s. 61): przywołuje tu polskie i zagraniczne badania oraz związanych z Kościołem autorów, którzy podkreślają potrzebę obecności treści ewangelizacyjnych w internecie (oraz szeroko pojętych mediach), stosowanych jako narzędzie nowej ewangelizacji. Brakuje tu niestety jasnej myśli przewodniej: znowu mamy do czynienia z zestawieniem różnych wypowiedzi i cytatów oraz przykładów zastosowania mediów w praktyce duszpasterskiej (zarówno w ujęciu pozytywnym – np. posługiwanie się

mediami społecznościowymi czy obecność treści religijnych, także liturgii, w mediach, jak i negatywnym, gdy wymienia zagrożenia związane z mediami). Jako jeden z postulatów, słusznie podkreślanych, jest w tym rozdziale wskazanie dotyczące profesjonalizacji obecności Kościoła w świecie mediów poprzez kształcenie specjalistów, jak i opracowanie strategii medialnych.

W rozdziale trzecim zatrzymuje się nad istotą komunikacji w mediach społecznościowych, podkreślając najpierw rosnące znaczenie internetu oraz mediów społecznościowych: nie można przecież nie dostrzec, że większość ludzi na świecie, w tym przeszło 2/3 populacji Polski, to ich aktywni użytkownicy! Badania wykazują, że korzystanie z internetu wywiera wpływ również na religijność: szkoda, że ks. Makuła w swej rozprawie nie uwzględni solidnego studium *iGen* autorstwa Jean M. Twenge (wydanego po polsku w r. 2019), które w przekrojowy sposób ukazuje oddziaływanie nowych technologii. W dość powierzchowny sposób Autor rozprawy przedstawia poszczególne media społecznościowe, zatrzymując się na ich opisie, choć warto byłoby zwrócić uwagę także na ich krytykę, obecną przecież w również pominiętym w pracy dramatycznym liście otwartym *Three Challenges for the Web* (2017), w którym Tim Berners Lee, wynalazca standardów technologicznych internetu, pisze o swoich marzeniach i niepokojach dotyczących Sieci. Interesujące w tym rozdziale są kolejne części, mówiące o strategii i planowaniu komunikacji, storytellingu, content marketingu, influencer marketingu i wideo marketingu: czy trzeba dopowiadać, że te terminy powinny się pojawiać również w *curriculum* studiów teologicznych? Szkoda jednak, że i ten rozdział „urywa się”, nie proponując żadnego podsumowania.

Rozdział czwarty prezentuje metodologię pracy badawczej: co prawda Autor pierwszy akapit zaczyna w dość nieoczekiwany sposób od podsumowania i pozytywnej samooceny przeprowadzonych przez siebie badań (s. 158), których jeszcze w pracy nie opisał (!), i raz jeszcze przedstawia tu problemy oraz szczegółowe pytania badawcze (uczynił to już wcześniej, we *Wstępie*), lecz wskazuje, co jest jego przedmiotem badań: składa się nań imponujący zasób przeszło 2.900 filmów opublikowanych w latach 2019–2020 na YouTube przez 8 duchownych (o. Remigiusz Reclaw SJ, o. Adam Szustak OP, o. Michał Legan OSPPE, ks. Michał Olszewski SCJ, o. Grzegorz Kramer SJ, ks. Adam Bilski, ks. Mateusz Godek, ks. Przemysła Sawa) oraz dwa kwestionariusze (jeden skierowany do chętnych respondentów, drugi – do 8 duchownych, których filmy analizuje). Podziwiać należy rozmach i wysiłek konieczny do przeanalizowania tak szerokiego materiału badawczego! Nie wyjaśnia jednak ks. Makuła, dlaczego zdecydował się na wybranie tych właśnie ośmiu duchownych: z jednej strony jest to szeroko znany o. Szustak, wokół którego została stworzona niemalże

instytucja medialna, wspierana m.in. na Patronite przez niemal 3000 osób, zapewniających co miesiąc blisko 66 tys. zł, i jego 840 filmów, a z drugiej – dużo mniej znani ks. Bilski czy Godek (wg badań, zna ich tylko kilka procent ankietowanych, zob. s. 265), którzy w sieci umieścili odpowiednio 27 i 44 filmy. Nie przekonuje również argumentacja, dlaczego – mimo deklarowania w tytule rozprawy zainteresowania „mediami społecznościowymi” – Autor w pracy ogranicza się tylko do YouTube. To prawda, że jako badacz ks. Makuła staje przed ogromem materiału, z którym zamierza się analitycznie uporać, jednak od strony metodologicznej wybór materiału badawczego zasługuje na bardziej precyzyjne i metodyczne wyjaśnienie i uzasadnienie.

Obok stosowanych w rozprawie metod, charakterystycznych dla nauk społecznych, ks. Makuła wskazuje i takie, które mogą się okazać szczególnie przydatne w analizie materiału o charakterze teologicznym (sub *ratione Dei*, s. 172; metoda pastoralna, s. 175). Szkoda jednak, że i tu pojawia się niekonsekwencja: dla analizy zebranego materiału pod kątem obecności kerygmatu Autor decyduje się na stosowanie „powszechnie znanej w wielu publikacjach i praktyce głoszenia kerygmatu” (bez podania choćby w przypisie jakichkolwiek źródeł tego przekonania) kategoryzacji ze strony [www Gdańskiej Szkoły Nowej Ewangelizacji](http://www.Gdańskiej.Szkoły.Nowej.Ewangelizacji), o której jednak w wyjaśniającym, czym jest kerygmat podrozdziale 1.2, nie wspomina! Podsumowanie rozdziału, które Autor przedstawia na s. 187, przywołuje strukturę pracy oraz opis stosowanych w niej zabiegów epistemologicznych teoretycznych i badawczych.

Obszerny rozdział piąty, liczący 142 strony, jest dla pracy centralny: to w nim Autor prezentuje wyniki przeprowadzonych badań empirycznych, czyli analizę filmów oraz kwestionariuszy. Ks. Maciej Makuła w analizie zawartości mediów posługuje się szczegółową analizą ilościową, której wyniki przedstawia również w formie graficznej (tabele i wykresy). Opisując kolejnych duchownych Autor – jak na profesjonalistę mediów audiowizualnych przystało – słusznie zwraca uwagę na aspekty techniczne i estetyczne przygotowywanych przez wybranych duchownych filmów, zasadnicze jest jednak dostrzeżenie w nich elementów kerygmatu (za Gdańską Szkołą Nowej Ewangelizacji to: miłość Boża, grzech, zbawienie, wiara i nawrócenie, Duch Święty i wspólnota) i częstotliwości ich występowania. Przyjęta metoda ilościowa, wymuszona jest przez ogrom materiału audiowizualnego, pozostawia jednak niedosyt, gdyż niestety nie pozwala na przedstawienie charakterystyki sposobów obecności kerygmatu u poszczególnych duchownych youtuberów: tu potrzebna byłaby metoda ilościowa. Chciałoby się w pracy znaleźć choćby wybrane cytaty poszczególnych autorów oraz odnośniki do szczególnie istotnych nagrań wideo: kody QR,

otwierające wybrane fragmenty, nie są dzisiaj ekstrawagancją. Czytelnik w miejsce smakowania, czym może być kerygmat w przestrzeni cyfrowej, otrzymuje jedynie statystyczne dane, dokumentujące posługiwanie się takim czy innym terminem, przynależącym do wokabularium kerygmatu. W ten sposób okazuje się, że w codziennych komentarzach do Ewangelii o. Michała Legana kerygmat miałby być obecny tylko w 27% filmów: nieużywanie przezeń któregoś z kluczowych terminów sprawia, że kerygmat staje się dla badacza niedostrzegalny. Metoda ilościowa daje pewien wgląd, ale nie opisuje w pełni zjawiska, nie stawiając pytań o sposób przedstawienia treści wiary, zwłaszcza że sami autorzy filmów w ankiecie odpowiadali, czym według nich jest kerygmat: sześciu z nich na pierwszym miejscu pisało o podstawowym przepowiadaniu o Jezusie Chrystusie, pięciu – o prowadzeniu do spotkania z Jezusem (s. 314n.). Jak się okazuje, ich rozumienie kerygmatu – autorów, których „kerygmatyczność” ocenia doktorant! – odbiega od kategorii przyjętych przez ks. Makulę: czyż nie byłoby interesujące przeprowadzenie analizy opublikowanych w YT filmów pod kątem obecności deklarowanych przez ich autorów treści związanych z kerygmatem? Wtedy mogłoby się okazać, że „kerygmatyczność” nagrań o. Legana, z wrażliwością mówiącego o Panu Jezusie, zbliżyłaby się do 100%...

Uzupełnieniem jest analiza dwóch ankiet, dających cenny wgląd w oczekiwania respondentów wobec ewangelizacji i ewangelizatorów w internecie, ale także samego Autora rozprawy: niemal jak recenzja brzmi krytyczna uwaga nr 130 (s. 286n.), wyrażająca obawę o pominięcie w rozprawie perspektywy hermeneutycznej i interpretacyjnej.

Ostatni rozdział, cenny jako podsumowanie, przedstawia propozycje i postulaty związane z komunikacją wideo skierowane do Kościoła, w których Autor wskazuje – w ślad za analizą SWOT – mocne i słabe strony dotyczące zarówno technologii, jak przekazu merytorycznego oraz kompetencji medialnych, co związane jest również z potrzebą, słusznie przez doktoranta podkreślaną, prowadzenia edukacji medialnej. Ten brak w niepokojący sposób dotyka niestety polskiego systemu edukacji na wszystkich poziomach.

Na *Zakończenie* pracy (s. 357n.) składa się kompilacja różnej jakości uwag i postulatów, dotyczących medialnej (zwłaszcza cyfrowej) aktywności Kościoła, wynikających w dużej mierze ze zmieniającej się szybko sytuacji komunikacyjnej: Autor zwraca tu uwagę m.in. na rolę mediów społecznościowych i internetu podczas ograniczeń związanych z pandemią COVID-19. To wszystko staje się aktualizującym komentarzem do słów Pawła VI z adhortacji „Ewangelii nuntiandi” (1975) – „Kościół byłby winny przed swoim Panem, gdyby nie używał tych potężnych pomocy, które ludzki umysł coraz bardziej usprawnia i doskonali” – przypominającym o konieczności poważnego potraktowania mediów, które

w Kościele powinny być wykorzystywane jako niezwykła okazja i szansa również dla ewangelizacji.

Uwagi krytyczne

Praca – co zrozumiałe zwłaszcza przy tak imponującym materiale badawczym – nie jest wolna od usterek, które jednak nie przesłaniają oryginalności podjętych przez Autora wysiłków i nie wpływają obciążająco na jej całościową pozytywną ocenę.

Przyjęta w pracy metoda ilościowa w ograniczony sposób pozwala odpowiedzieć na pierwszy problem badawczy wskazany przez Autora („Ocena sposobów głoszenia kerygmatu przez nowoczesne narzędzia komunikacji w formie wideo w serwisie YouTube”, s. 11): ten brak jest bez wątpienia konsekwencją objętości materiału badawczego i wskazuje na pewną bezradność, wymuszoną przez przedmiot pracy, który przy pełnym ujęciu zaowocowałby rozprawą o objętości liczonej w tysiącach stron. Różnorodność metod stosowanych przez teologię mediów oraz bogactwo zebranego materiału zmuszają do narzucenia ograniczeń, które przecież nie wynikają z zaniedbań Autora.

Styl języka domaga się w kilku miejscach doprecyzowania: sporo stwierdzeń Autora jest zbyt publicystycznych, nie wspartych obiektywnymi argumentami (widać to już w bez wątpienia prawdziwych, lecz ogólnikowych stwierdzeniach w pierwszych akapitach *Wstępu*, s. 8) oraz w licznych zdaniach typu: „Temat obecności Kościoła oraz jego przedstawicieli w Internecie, w tym w mediach społecznościowych jest podejmowany przez naukowców, ale i praktyków oraz duszpasterzy od około 30 lat”; wypadaloby takie tezy wesprzeć wskazaniem bibliograficznymi. Czym jest „era mediów”, o której Autor wspomina na s. 68, bezkrytycznie cytując K. Marcyńskiego? Przecież Kościół od samego początku swego istnienia posługuje się mediami – piśmem, drukiem i wynalazkami kolejnych technologii... Czy rzeczywiście „Co chwila powstają [...] nowe media społecznościowe” (s. 70)?

Jako tłumacz i redaktor opracowania papieskich orędzi z pewnym zakłopotaniem przeczytałem zdanie, jakoby „Powszechnie zostało przyjęte, że jako pierwszy o Internecie wypowiedział się Jan Paweł II w swoim orędziu na 24. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu w 1990 roku” (s. 73): kto i gdzie tak twierdzi? W pracy, której autor posługuje się metodami badawczymi, analizując zebrane dane i informacje, nie powinno być miejsca na zdania rodzaju: „Dość dużą popularnością cieszyły się spotkania online różnych grup i wspólnot działających przy parafiach” (s. 361). Autor z ostrożnością powinien

posługiwać się niedookreślonymi terminami wartościującymi („bardzo”, „wiele”, „często”, „dużo” itp.) dla opisanego wymiernych przecież zjawisk społecznych.

Takich publicystycznych tez jest w pracy więcej, aż po zdanie z *Zakończenia*, że Kościół głosi kerygmat „od przeszło 2000 lat” (s. 357).

Niepokojące jest jednak to, że Autor, stawiając hipotezę badawczą o „narcystycznych zachowaniach” duchownych (s. 13, powtórzona na s. 160), nie dowodzi jej prawdziwości, pisząc na s. 370, że „W prezentowaniu kerygmatu w komunikacji wideo w social media zdarzają się zachowania «narcystyczne» autorów, które utrudniają zrozumienie i przyjęcie kerygmatu”. W toku pracy nie ma o tym mowy: czytelnik zatem musi zgadywać, czy chodzi tu o rzucane na gorąco wypowiedzi o Adama Szustaka, a może np. o ekstrawaganckie medialne zachowania o Grzegorza Kramera, nieraz prowokującego, by przykuć uwagę odbiorców?

Szkoda, że ks. Maciej Makuła nie podchodzi bardziej krytycznie do zebranych publikacji: przykładem jest raport Newseria nt. fake news (s. 123), który nie jest wystarczający dla skrótowego nawet przedstawienia tego ważnego i niepokojącego zjawiska, zwłaszcza, że papież Franciszek poświęcił mu w 2018 r. orędzie na Światowy Dzień Komunikacji Społecznej.

Autor również często zadawała się dość ogólnikowymi stwierdzeniami wartościującymi, bez wyjaśnienia, skąd biorą się jego osady: czytelnik rozprawy nie dowie się, dlaczego orędzie Pawła VI na Światowy Dzień Komunikacji Społecznej z 1974 r. ma „Szczególne znaczenie dla ewangelizacji w mediach i głoszenia kerygmatu” (s. 40)? Co znaczy, że „Nowa ewangelizacja i głoszenie kerygmatu od czasów Jezusa zmieniło się znacznie, a teraz ma szansę wkroczyć na zupełnie nowe tory – z niezmienną treścią, ale z całkowicie nową formą” (s. 48)? Na czym ta zmiana polega?

Doktorant, będący bez wątpienia erudyta, posługuje się stwierdzeniami, które czerpie od innych autorów, nie zawsze podając źródła (i nie weryfikując poprawności terminologii): pojęcie „globalnej wioski” (s. 9) zawdzięczamy przecież M. McLuhanowi, a „Digital Immigrants” z ważnego, a niecytowanego artykułu M. Prensky’ego z 2001 r. w rozprawie stają się „cyfrowymi emigrantami” (s. 74n.); z rozpędu zapewne Autor posłużył się nazwą „Stany Zjednoczone Ameryki Północnej” (s. 86). Parafrazując kultowy dialog z filmu Barei *Miś* chciałoby się skomentować, że nie ma takiego kraju...

Pozwolę sobie na koniec na wyrażenie marzenia: być może ks. Makuła mógłby – korzystając z nabytych doświadczeń – opracować i opublikować studium przypadku, pokazując na konkretnych przykładach, na czym polega kerygmat w YouTubowym

przepowiadaniu? Dla ewangelizatorów zmagających się z mediami społecznościowymi takie *exemplum* dla cyfrowej homiletyki może być cenną pomocą.

Konkluzja

Obowiązująca *Ustawa z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce* wskazuje w Art. 187, że:

„1. Rozprawa doktorska prezentuje ogólną wiedzę teoretyczną kandydata w dyscyplinie albo dyscyplinach oraz umiejętność samodzielnego prowadzenia pracy naukowej lub artystycznej.

2. Przedmiotem rozprawy doktorskiej jest oryginalne rozwiązanie problemu naukowego, oryginalne rozwiązanie w zakresie zastosowania wyników własnych badań naukowych w sferze gospodarczej lub społecznej albo oryginalne dokonanie artystyczne”.

Przedstawioną przez ks. mgr. lic. Macieja Makułę rozprawę oceniam pozytywnie: jest bowiem oryginalna w teologicznym ujęciu interdyscyplinarnego problemu badawczego, wpisuje się w ważny i niezwykle aktualny dla współczesnej teologii nurt badań nad mediami, dowodzi zarówno wiedzy teoretycznej kandydata, jego szerokich kompetencji medialnych, jak i umiejętności samodzielnego prowadzenia pracy naukowej.

Wnioskuję zatem do Rady Dyscypliny Nauk Teologicznych Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie o kontynuowanie czynności w przewodzie doktorskim ks. Macieja Makuły.



Opole, dnia 15.09.2021 r.