

Małgorzata Rygielska

<http://orcid.org/0000-0002-7723-7677>

Uniwersytet Śląski w Katowicach

malgorzata.rygielska@us.edu.pl

DOI: 10.35765/pk.2024.4502.36

Ekologia mediów i teologia: (nowe?) perspektywy i propozycje badawcze

Recenzja: Soukup, P.A. (2022). *A Media Ecology of Theology. Communicating Faith throughout the Christian Tradition*. Waco: Baylor University Press, ss. 232.

Panie, naucz nas poznawać siebie,
poznawać sposób, w jaki się komunikujemy¹.

W istocie historia chrześcijaństwa mogłaby być napisana
jako historia komunikacji (...) (Soukup, 2022, s. 26).

Paul A. Soukup S.J., jezuita i wykładowca na amerykańskim Santa Clara Univeristy, od wielu lat zajmujący się problematyką mediów i teologii oraz ich wzajemnymi zależnościami, polskiemu czytelnikowi może być znany z wydanej kilkanaście lat temu książeczki *Wrócić do rajy...* (wyd. ang.: 2006; wyd. pol.: 2010) zawierającej rozważania, które „powstały w okresie Wielkiego Postu, w oparciu o teksty biblijne z tego właśnie okresu liturgicznego” (Soukup, 2010, s. 8). Ramą dla refleksji inspirowanej medytacją ignacjańską jest szeroko pojmowane zagadnienie komunikacji: „samokomunikacji” Boga, czyli „samokomunikacji materialnej w stworzeniu i samokomunikacji werbalnej w objawieniu” (Soukup, 2010, s. 7), komunikacji Boga z człowiekiem, człowieka z Bogiem i wreszcie komunikacji człowieka z innymi ludźmi.

Dzięki redaktorom czasopisma „Kultura – Media – Teologia” mieliśmy też okazję zapoznać się z artykułem Paula Soukupa *Some past meetings of communication, theology, and media theology* (2019) oraz z próbą

1 Przed rozpoczęciem rozważań Soukup proponuje: „odmówmy modlitwę, która stanowi parafrazę słów św. Augustyna: *Panie, naucz nas poznawać siebie, / poznawać sposób, w jaki się komunikujemy. / Naucz nas poznawać Ciebie, / poznawać, jak Ty komunikujesz się z nami. / Naucz nas kochać siebie; naucz nas kochać Ciebie*” (Soukup, 2010, s. 8).

uporządkowania terminologii ze wskazanego obszaru² (warto wspomnieć, iż autor opublikował poprzedzony wstępem obszerny przegląd literatury wskazującej rozmaite powiązania różnie rozumianych: komunikacji oraz teologii; zob. Soukup, 1983). Na pierwszych stronach wspomnianego artykułu znalazły się nawiązania do ekologii mediów, która stała się głównym zapleczem, a zarazem teoretyczną i metodologiczną podstawą najnowszej książki Paula Soukupa, a także istotne spostrzeżenie, które właśnie w tej publikacji zyska poszerzoną i pogłębianą argumentację:

Chrześcijaństwo korzystało ze wszystkich dostępnych mu środków komunikacji: od opowieści (*narratives*) i kazań (*preaching*), poprzez pismo, aż po dzisiejsze technologie cyfrowe. W istocie historia chrześcijaństwa mogłaby być napisana jako historia komunikacji, w której media odgrywają rolę zarówno w Kościele, jak i poza nim, to znaczy zarówno w katechetyce (*catechetics*), rozwoju wiary (*faith development*)³, jak i ewangelizacji (*evangelization*) (Soukup, 2019, s. 26).

Już sam tytuł *A Media Ecology of Theology. Communicating Faith throughout the Christian Tradition* skłania do refleksji: spotykają się bowiem tutaj aż trzy, a nawet cztery obszary, domagające się przynajmniej krótkiego objaśnienia. Symboliczne początki ekologii mediów datuje się na lata 60. XX w. i wiąże z wystąpieniem Neila Postmana podczas dorocznego spotkania National Council of Teachers of English (NCTE, Krajowej Rady Nauczycieli Języka Angielskiego) w 1968 r., kiedy to Postman użył sformułowania „ekologia mediów” i objaśnił jego znaczenie:

celem [ekologii mediów] jest badanie interakcji między ludźmi i ich technologią komunikacyjną. Bardziej szczegółowo, ekologia mediów zajmuje się kwestią, w jaki sposób media związane z komunikacją, media komunikacyjne [*media of communication*] wpływają na ludzką percepcję, rozumienie, uczucia i wartości, i jak nasza interakcja z mediami ułatwia bądź utrudnia nasze szanse na przetrwanie [*survival*]. Słowo ekologia zakłada badanie środowisk: ich struktury, zawartości i wpływu na ludzi (Postman, 1970, s. 161).

Jego koncepcja była następnie rozwijana, m.in. przez Christine Louise Nystrom (1973), a także wielu innych badaczy.

2 Przywołuje m.in. takie pojęcia jak: teologia mediów (*media theology*), teologia komunikacji (*communication theology*), teologia komunikatywna (*communicative theology*), a także – ekologia mediów (*media ecology*).

3 Zob. także Hart, 2014, s. 648–650.

Ekologia mediów ma swoich prekursorów, ojców założycieli, patronów (są wśród nich m.in. Neil Postman, Harold Innis, Marshall McLuhan, Walter Ong, Gregory Bateson, Edward Hall, Jacques Ellul, Susan Langer, Lewis Mumford) i kontynuatorów (najczęściej związanych z Media Ecology Association⁴) zajmujących się zarówno badaniem relacji między techniką, technologią i kulturą, jak i sposobami wytwarzania tzw. środowisk komunikacyjnych z udziałem różnego typu mediów. Trudno byłoby wskazać ich wszystkich w takim krótkim omówieniu, podobnie, jak podjąć dyskusję nad tym, czy ekologię mediów uznać można za już ugruntowaną dyscyplinę, za złożoną metadyscyplinę o charakterze systemowym (Islas i Bernal, 2016), czy metaforę objaśniającą *modus* działań w obrębie innych dyscyplin, czy też krytyczne i twórcze rozwinięcie teorii systemów (Anton, 2016). Definicje tego, czym jest ekologia mediów i jak można ją rozumieć, zmieniały się na przestrzeni czasu, miały i mają również swoje „lokalne odmiany” – stąd też spory, jak przedstawiać historię (a może historie?) ekologii mediów (Anton, 2016), jak „zmapować” (w wymiarze diachronicznym i synchronicznym) ważne dla ekologii mediów ośrodki, szkoły, środowiska, postaci (Granata, 2015; Cali, 2017; Lum, 2006; Strate, 2017). Badania te prowadzone są zarówno w wymiarze praktycznym, jak i teoretycznym. Na polskim gruncie ekologia mediów zyskała już wytrawnych komentatorów – wystarczy wspomnieć takich badaczy jak Małgorzata Laskowska, Krzysztof Marcyński (2019) czy Magdalena Szpunar (2014, s. 25) i Karol Jakubowicz (2011). Najnowsza publikacja Paula Soukupa, świetnie przyjęta przez czołowych współczesnych przedstawicieli ekologii mediów (Lance’a Strate’a, Paola Granatę czy Elenę Lamberti, popularyzującą, wraz z mężem, Gianpiero Gamalerim, osiągnięcia *media ecology* we Włoszech), prezentuje, można by rzec, ujęcie ekologii mediów w analitycznej praktyce, omawiając, jak różnego typu media i ich środowiska oddziaływały na bardzo szeroko rozumianą teologię, a także pojmowanie i objaśnianie wiary w obrębie chrześcijańskiej wspólnoty i poza nią, tworząc nowe pola oddziaływania i nowe odgałęzienia.

Istotną funkcję w dociekaniach Soukupa pełni – wielokrotnie powtarzana – fraza św. Anzelma *fides quaerens intellectum* (ang. *faith-seeking-understanding*). Powraca ona także w podtytułach wprowadzenia i zakończenia, odgrywając rolę czytelną klamry, a zarazem przypominając o przyjętym pojmowaniu teologii. Interpretacje tej frazy mają już swoją długą tradycję, a Soukup nie jest pierwszym, który się na nią powołuje. „Teologia jako wiara poszukująca rozumienia” pojawia się m.in. w wielokrotnie wznawianej pracy Daniela Migliore’a (2023, s. 1), który pisze:

4 Zob. strona web Media Ecology Association. Pozyskano z: <https://www.media-ecology.org/> (dostęp: 12.09.2023).

„Teologia chrześcijańska ma wiele zadań. Zaświadczają o tym zarówno lektury dziejów teologii, jak i różnorodność współczesnego rozumienia jej natury i zadań”. Migliore wskazuje dwa źródła tak rozumianej teologii: pierwsze z nich dotyczy przedmiotu, a raczej podmiotu wiary („żywego, wolnego i aktywnego podmiotu”), którym jest Bóg. „Drugim źródłem poszukiwania zrozumienia przez wiarę jest [konkretna] sytuacja wiary. Wierzący nie żyją w próżni. Jak wszyscy ludzie, żyją w określonych kontekstach historycznych, które mają swoje własne, specyficzne problemy i możliwości” (Migliore, 2023, s. 3). Jest to podejście bliskie Soukupowi, który stara się – przez pryzmat ekologii mediów – rozpoznać środowisko (by użyć zakorzenionej w biologii metafory) bądź kontekst kulturowy (by sięgnąć po równie pojemne pojęcie, używane w obszarze nauk o kulturze i religii)⁵, w którym rodziła się i rozwijała wiara chrześcijańska, a także – coraz bardziej usystematyzowany i pogłębiony, zyskujący także instytucjonalne zaplecze, namysł nad tą wiarą. Soukup wskazuje na ciągłość i zmianę kulturową, dostrzega kulturowe *residua* chrześcijaństwa, przygląda się jego dynamice. Zauważa wielokulturowe wpływy i pyta o to, jak poszczególne media (znów, pojmowane bardzo szeroko) oddziałują na ludzkie zachowanie, jak kształtują wybory, generują konkretne odczucia i reakcje, a także sprzyjają określonym typom myślenia.

Istotną rolę w refleksji autora odgrywa intelektualna spuścizna innego jezuitę, Waltera J. Onga (m.in. właśnie jemu Soukup dedykuje swą książkę⁶), w szczególności prace takie jak *Oralność i piśmienność* czy nieprzetłumaczona na język polski *The presence of the Word* (1967), a także artykuły dotyczące środków przekazu (*communications media*) i powiązanego z nimi stanu i statusu teologii (*the state of theology*; Ong, 1969). Soukup przy próbach rozpoznania kontekstu kulturowego i pytania o rolę konkretnego medium (bądź mediów) w kształtowaniu ludzkiego poznania i modelowania jego sensorium – tym razem ściśle w odniesieniu do „wiary poszukującej zrozumienia” w różnych, także tych najbardziej współczesnych odsłonach – jest bardzo „Onglish”⁷ (Japola, 2011, s. 14, 21; por. Ong, 2009, s. 14–17), a jednocześnie, dzięki wyraźnemu,

5 Oczywiście nie sugeruję, że można tych pojęć używać wymiennie, choć zawierają one pewne *loci communes*.

6 Paul Soukup składa także wyrazy wdzięczności Robertowi A. White’owi SI oraz Frazowi-Josephowi Eilersowi SVD za wskazanie mu właściwej drogi życiowej (Soukup, 2022, s. V). Najnowszą książką współredagowaną z Yoelem Cohenem jest *The Handbook of Religion and Communication* (Cohen i Soukup, 2023), w którym jezuita opublikował rozdział *Theology and Communication* (Soukup, 2023, s. 39–53).

7 Zauważył to również Thomas J. Farrell (2022), szczegółowo opisując te zależności. Wcześniej, wraz z autorem recenzowanej pozycji zredagowali wydanie wybranych tekstów W.J. Onga (Farrell i Soukup, 1992).

przedmiotowemu i tematycznemu sprofilowaniu własnych poszukiwań, staje się w dużym stopniu nowatorski, inspirujący i w pewnym sensie również – instruktywny, zwłaszcza dla tych, którzy chcieliby własne eksploracje – także, a może właśnie przede wszystkim w obszarze komunikowania i teologii – poszerzyć o propozycje *media ecology*.

Tytuł książki Soukupa w języku polskim mógłby brzmieć następująco: „Ekologia medialna (tak bywa czasem tłumaczone określenie *media ecology*⁸) teologii. Komunikowanie wiary w tradycji chrześcijańskiej”. Już w tym miejscu wyraźnie widać, że teologia pojmowana jest tutaj bardzo szeroko. We wprowadzeniu Soukup objaśnia:

Teologia, jakkolwiek byśmy ją definiowali – jako usystematyzowaną refleksję na temat doświadczeń religijnych, artykulację wiary, czy świadomość wiary – jest tym, w jaki sposób Kościół katolicki prowadzi nad tym refleksję (*the Christian Church does it thinking*) (Soukup, 2022, s. 1).

Zwraca się też ku eksplikacjom Jaroslava Jana Pelikana, autora pięciotomowej pracy poświęconej wyłanianiu się i kształtowaniu na przestrzeni wieków chrześcijańskiej tradycji oraz historii doktryny chrześcijańskiej, i przywołuje jego słowa:

Bez wyznaczania sztywnych granic, to, w co się „wierzy” identyfikujemy jako formę doktryny chrześcijańskiej obecną w modalnościach modlitwy, duchowości i kultu; tym, czego się „naucza”, jest treść Słowa Bożego wyekstrahowana w drodze egzegezy ze świadectwa biblijnego i komunikowana członkom Kościoła w formie proklamacji, nauczania i kościelnej teologii; z kolei tym, co jest „wyznawane”, jest świadectwo Kościoła, skierowane zarówno przeciwko fałszywym naukom wewnętrznym, jak i atakom zewnętrznym, artykułowane w polemikach i apologetyce, wyznaniu wiary i dogmatach (Pelikan, 1971, s. 3–4, Soukup, 2022, s. 1–2).

Dodaje też własny komentarz:

każdy z wspomnianych trzech obszarów stanowi materiał dla teologii. Teologia, jako refleksja na temat wiary, jest doświadczana przez każdą osobę zmagającą się z ze swym chrześcijaństwem. Na formę teologii chrześcijańskiej wpływa również kultura i czas. Nie dziwi przy tym, że teologiczna refleksja znajduje wyraz za pośrednictwem środków przekazu postrzeganych przez osoby zmagające się z wiarą za najbardziej odpowiednie dla ich przemyśleń (Soukup, 2022, s. 2).

8 Por. Jakubowicz, 2011; Żurek, 2022, s. 7–11. Dalej używam wymiennie obu określeń: ekologia mediów i ekologia medialna, dostosowując przekład do gramatyki i stylistyki języka polskiego.

Pisze wprost:

Teologia omawiana w tej książce obejmuje zarówno perspektywę profesjonalnego teologa (akademika lub duchownego), jak i perspektywę zwykłego wierzącego lub „popularnego” teologa – czyli teologa funkcjonującego w kontekście kultury popularnej (Soukup, 2022, s. 3).

Takie podejście może być uznane za dyskusyjne, jednak wydaje się, że warto wziąć je pod uwagę – także ze względu na dynamicznie zmieniającą się rzeczywistość, w której dużą rolę odgrywają media (nie tylko te cyfrowe). Soukup proponuje bowiem namysł nad następującymi zagadnieniami uporządkowanymi w takim układzie: Wprowadzenie. Kultura wiary poszukującej zrozumienia (*Introduction. The Culture of Faith-Seeking-Understanding*), 1) Kultura oralna a teologia chrześcijańska. Perspektywa ekologii mediów (*Orality and Christian Theology. A Media Ecology Perspective*), 2) Opowieści na temat wiary/Historie wiary⁹. Znaczenie narracyjne i teologiczne (*The Stories of Faith. Narrative and Theological Meaning*), 3) Systemy edukacji. Zarządzanie treściami wiary (*Educational Systems. Managing the Content of Faith*), 4) Pismo i druk. Przemieszczenia autorytetu teologicznego (*Writing and Printing. Shifting Theological Authority*), 5) Przekład. Doświadczenie Pisma Świętego jako komunikacja stosowana (*Translation. Experiencing Scripture as Applied Communication*), 6) Sztuka. Kształtowanie wyobraźni sakramentalnej¹⁰ (*Art. Shaping the Sacramental Imagination*), 7) Muzyka. Usłyszeć to, co Boskie (*Music. Hearing the Divine*), 8) Architektura. Umacnianie wiary (*Architecture. Building up the Faith*), 9) Rytuał. Ekspresja wiary w działaniu (*Ritual. Expressing Belief in Action*), 10) Film. Poszerzanie horyzontu sakramentalnego (*Film. Expanding the Sacramental Horizon*), 11) Media społeczności. Otwieranie (się) teologicznego ekosystemu (*Social Media. Opening Up the Theological Ecosystem*), Wnioski. Wiara poszukująca zrozumienia w kulturze popularnej (*Conclusion. Faith-Seeking-Understanding in Popular Culture*). Przyznaje też, że choć każda z części pozostaje metodologicznie, teoretycznie

9 W miejscach, gdzie podaję alternatywne tłumaczenia, wynika to najczęściej z treści poszczególnych rozdziałów. W rozdziale drugim odnajdziemy np. rozważania dotyczące konkretnych historii biblijnych, odnoszących się zarówno do osób (posłuszeństwo Abrahama, losy Hioba, objawienie się Boga Mojżeszowi), jak i konkretnych wydarzeń. Soukup poszerza refleksję także o narrację związaną np. z przeżywaniem drogi krzyżowej, a także uwagi dotyczące „teologicznej geografii” w *Boskiej komedii* Dantego. Podczas refleksji nad przekładem fragmentów książki i ich korekty korzystałam z pomocy i nieocenionych rad Witolda Wojtaszki.

10 Zob. m.in. Hilbert, 1997. Wydaje się, że inspiracją, przynajmniej częściową, była dla Soukupa praca innego jezuitę, Karla Rahnera (1978).

i tematycznie powiązana z innymi, to poszczególne rozdziały można czytać wybiórczo, zgodnie z własnymi zainteresowaniami¹¹.

Już struktura spisu treści bardzo klarownie ukazuje przebieg wywodu: od objaśnienia najważniejszych założeń, nakreślenia perspektywy badawczej opartej na najważniejszych rozpoznaniach i dokonaniach ekologii mediów, po analizy i interpretacje konkretnych medialnych ekosystemów wpływających na przekonania, działania, postawy i uczucia dawnych i współczesnych chrześcijan, włączając w to także teologów – naukowców. Trudno byłoby omawiać ich treść szczegółowo w stosunkowo krótkim omówieniu: zgodnie z poetyką recenzji naukowych w miejsce ujęcia „przeglądowego” proponuję więc wgląd w kilka wyraźnie przez Soukupa sprofilowanych zagadnień. Niekiedy są one znane i wielokrotnie z różnych perspektyw opisywane w literaturze przedmiotu, jak chociażby kwestia oralności we wczesnym chrześcijaństwie czy znaczenie przekładów Biblii dla sporów doktrynalnych, rozwoju Kościoła czy wreszcie podejścia do wiernych i ich relacji ze świętym tekstem. Interesujące jest zatem, jakie *novum* wprowadza do tych rozważań Soukup. Badacz nie tylko podkreśla:

Współczesny nacisk na teologię w formie pisanej i akademickiej zaciemnia niejako obraz jej bogatej historii, w ciągu której ludzie poszukiwali zrozumienia i uzewnętrznienia swojej wiary z wykorzystaniem przeróżnych form i metod. Zważywszy na fakt, że chrześcijaństwo wykorzystywało w swej historii wszelkie dostępne środki komunikacji, rozważania na temat ekologii medialnej w podejściu do komunikacji stanowią potężne narzędzie pozwalające przyjrzeć się bliżej tej historii i medialnym afordancjom¹² w kontekście wyrażania myśli teologicznych (Soukup, 2022, s. 4).

Dodaje też jednak:

Wszystko to nasuwa nam przynajmniej trzy kategorie pytań na temat komunikacji w Kościele, na które niniejsza książka postara się odpowiedzieć. Po pierwsze, musimy zapytać o kontekst komunikacji: co wiemy na temat tego kontekstu w dniu dzisiejszym? Jak kształtował się ten kontekst

11 Rozdział 5 został opublikowany niemal dziesięć lat wcześniej w czasopiśmie (zob. Soukup, 2013).

12 Pojęcie afordancji (*affordances*) Soukup zaczerpnął od Jamesa J. Gibsona, który pisał m.in. „istnieje wiele różnych rodzajów afordancji; afordancje środowiska naturalnego; afordancje artefaktów; afordancje innych gatunków występujących w środowisku; innych przedstawicieli tego samego gatunku; i tak dalej. Tego rodzaju różne źródła wpływów mogą być wzajemnie powiązane lub potegowane przy okazji danego działania. Po drugie, należy zaznaczyć, że afordancje stanowią nie tylko funkcjonalne, lecz również relacyjne aspekty materialnej obecności danego przedmiotu w świecie” (Gibson, 1979, s. 448; Soukup, 2002, s. 9), tłum. własne – M.R. Można mówić także o afordancjach w designie czy nawet o afordancjach poetyckich.

w przeszłości? Jak wyglądał ten kontekst w odniesieniu do refleksji na temat wiary? Drugą kategorię stanowią pytania na temat struktur komunikacji: w jaki sposób struktury te wpływają na sposób myślenia Kościoła? Jak funkcjonuje każda z kontekstowych struktur? Po trzecie, zadamy pytania na temat związku pomiędzy komunikacją a teologią: w jaki sposób myślenie Kościoła, systematyczna refleksja na temat wiary, faktycznie występuje w kontekście komunikacji? Jaki był i jest wpływ kontekstu komunikacji na teologię Kościoła, zarówno w przeszłości, jak i obecnie? Jeśli Kościół myśli o doświadczeniu religijnym oraz jeśli ludzkie doświadczenie składa się w znacznie większej mierze z doświadczeń zapośredniczonych niż bezpośrednich, to ludzie myślą o tym, co ich spotyka, również za pośrednictwem technologii komunikacyjnych, nie tylko poprzez osobiste doświadczenia. Ludzie żyją w świecie idei, w kulturze, którą nazywamy obecnie kulturą medialną. Lecz równie prawdziwym będzie stwierdzenie, że każda kultura ludzka obejmuje wykorzystywane w jej ramach środki przekazu. Jak więc mamy opisać tę kulturę i jej interakcje? Jak owa kultura wpływa na myślenie Kościoła? (Soukup, 2022, s. 4–5).

Przytaczam tak obszerny fragment nie bez powodu: obrazuje on nie tylko horyzont badawczy autora, ale też jego próby podjęcia pogłębionego namysłu nad relacjami media – kultura, nad „kulturą w mediach” i „mediami w kulturze”. Soukup z jednej strony zbliża się do stanowiska, w którym kultura jest realnie istniejącym bytem, poddaje szczegółowej analizie kulturę rozumianą kontekstualnie, kulturę konkretnego miejsca i czasu, kulturę, w której istotne są wszelkie wytwory ludzkiej działalności z zakresu materialnego, ale też zachowań, idei i wartości, z drugiej strony zdarza mu się odnieść – często krytycznie – do podejścia nominalnego, choć nigdy się do niego nie ogranicza, a aspekty ideacyjne stanowią tylko część (przyznać należy, że bardzo istotną, choć wbrew pozorom nie dominującą) analiz i interpretacji. Wyraźnie widać tutaj intelektualne i duchowe powinowactwo z Ongiem, ale też twórcze rozwinięcie maksymy Marshalla McLuhana: *The Medium is the Massage*.

Przy takim podejściu staje się oczywiste, iż

Jak sugeruje sama metafora ekologii mediów, każdy akt lub artefakt komunikacji istnieje w ramach zbioru nieustannych i żywych relacji zarówno z innymi aktami, narzędziami i produktami komunikacji, jak i wszystkim co współlistnieje z nim w kontekście środowiska człowieka (Soukup, 2022, s. 78).

Jeśli uwagi te odniesiemy chociażby do pojawienia się Biblii króla Jakuba, to okaże się, że aby rozważyć jej powiązania komunikacyjne, należy uwzględnić zarówno jej aspekt materialny, jak i duchowy, a każdy z nich ma niesłychanie wiele powiązań. Soukup wskazuje, że

Ekologię medialną Biblii Króla Jakuba można powiązać z przynajmniej jedenastoma kontekstami: wynalazku Gutenberga, rynku sprzedaży ksiąg, świata naukowego, praktyk tłumaczeniowych, bibliotek, polityki, języka, retoryki, środków przekazu, teologii i odbioru (Soukup, 2022, s. 79),

a to zapewne nie wszystkie z nich. Wyraźnie staje się widoczne, że chodzi mu – przynajmniej w pewnym sensie, po przyjęciu nadrzędnej perspektywy wyznaczonej przez Anzelmiańską formułę – o całościowe badanie kultury, nawet jeśli punktem wyjścia ma być zaledwie jeden z jej elementów. Nigdy bowiem nie występują one w izolacji: tworzą systemy, struktury, środowiska.

Według Soukupa jest to stwierdzenie adekwatne zarówno do początków chrześcijaństwa, jak i do czasów, kiedy coraz bardziej istotne stało się współistnienie, a nawet interakcje oralnych i piśmiennych form wyrazu (*the interactions of oral and scribal media forms*), pozwalających nie tylko na uczenie (i uczenie się) wiary, jej szerzenie, odczuwanie i doświadczanie, ale też na utrwalanie ważnych opowieści (w żywej pamięci i na piśmie), a także ich transformacje. Odnosi się też do współczesnych teologicznych analiz nowotestamentowych narracji, ich odmian, warunków powstawania i publicznych odczytań angażujących słuchaczy (Soukup chętnie przywołuje np. Wenera H. Kelbera, korzystającego m.in. z ustaleń Waltera Onga, Milmana Parry'ego i Roberta W. Funka, zob. m.in. Kowalski, 2016, s. 620 i n.), jak i do płynnej, zmiennej współczesnej rzeczywistości, wraz z istotną funkcją nowych mediów w szeroko pojmowanej komunikacji religijnej, szerzenia wiary, ale też zjawisk, które bywają przez badaczy nazywane *online religion* i *religion online* (por. Helland, 2000; Campbell, 2010; Siuda, 2010; Marcyński, 2016¹³). Okazuje się też, że wyobraźnię sakramentalną aktywować może nie tylko słowo (mówione i pisane), ale i inne, bardzo szeroko rozumiane media, rozwijające się w określonym środowisku komunikacyjnym i samo to środowisko (czy może lepiej – środowiska) współtworzące. Dzieje się tak, czego dowodzi Soukup, także w wymiarze poszczególnych sztuk (wizualnych, audialnych, audiowizualnych), w obszarze architektury, muzyki, filmu, ale i różnego typu rytuałów i ceremoniałów. Pomimo wielu prac szczegółowych i przekrojowych monografii chociażby z zakresu muzyki sakralnej i jej przemian, architektury sakralnej i dziedzictwa (dziedzictw) świętych miejsc, a także filmowych wizji dotyczących wiary chrześcijańskiej (Soukup z polskich dzieł wspomina tu m.in. *DeKalog* Krzysztofa

13 Wydaje się, że warto byłoby lekturę książki Soukupa przeplatać powrotami do publikacji Krzysztofa Marcyńskiego SAC (2016), która powstała m.in. z inspiracji myślą Neila Postmana i Marshalla McLuhanna. Duchowny jest także, co warto podkreślić, absolwentem New York University na specjalności zainicjowanej i prowadzonej m.in. przez autora *Technopolu*, a więc właśnie ekologii mediów (*media ecology*).

Kieślowskiego), propozycja amerykańskiego jezuitę, wieloletniego badacza związków między technologią, komunikacją i religią, a także czynnego wykładowcy wydaje się odświeżająca i inspirująca, ważna nie tylko dla znawców tematu, doskonale zorientowanych chociażby w wyzwaniach teologii narracyjnej (zob. *The Case of Narrative Theology*, Soukup, 2022, s. 44–47), nie tylko specjalistów z zakresu nauk Kościoła, ale też badaczy mediów i badaczy kultury (szczególnie tych dostrzegających niewyczerpany wciąż potencjał prac Waltera Onga, Marshalla McLuhana czy Edwarda T. Halla), entuzjastów i krytycznych obserwatorów ekologii mediów i wskazywanych przez nią analitycznych i interpretacyjnych szlaków, ale też dla każdego zainteresowanego kulturowo i historycznie zmiennymi przejawami wiary chrześcijańskiej, jej dogmatami i nienaruszalnymi podstawami, kulturowym zapleczem rozwoju i przemian teologii, historią chrześcijaństwa odczytywaną na nowo – przez pryzmat współtworzących ją mediów.

BIBLIOGRAFIA

- Campbell, H.A. (2010). *When Religion Meets New Media*. London: Routledge.
- Corey, A. (2016). On the Roots of Media Ecology: A Micro-History and Philosophical Clarification. *Philosophies*, 1(2), 126–132. DOI: 10.3390/philosophies1020126
- Farrell, T. (2022). *Paul A. Soukup's 2022 Book A Media Ecology of Theology, and Walter J. Ong's Thought*. Pozyskano z: The University of Minnesota Digital Conservancy, <https://hdl.handle.net/11299/250215> (dostęp: 14.03.2023).
- Gibson, J.J. (1979). *The Ecological Approach to Visual Perception*. London: Houghton Mifflin.
- Hart, C.W. (2014). *Faith Development Theory*. W: D.A. Leeming (red.), *Encyclopedia of Psychology and Religion*. Boston: Springer. DOI: 10.1007/978-1-4614-6086-2_229
- Helland, C. (2000). Online-Religion/Religion-Online: Virtual Communities. W: J.K. Hadden i D.E. Cowan (red.), *Religion on the Internet. Research Prospects and Promises*. Amsterdam: JAI.
- Hilkert, M.C. (1997). *Naming Grace. Preaching and the Sacramental Imagination*. New York: Continuum.
- Islas, O. i Bernal, J.D. (2016). Media Ecology: A Complex and Systemic Metadiscipline. *Philosophies*, 1(3), 190–198. DOI: 10.3390/philosophies1030190
- Jakubowicz, K. (2011). *Nowa ekologia mediów. Konwergencja a metamorfoza*. Warszawa: Poltext.
- Japola, J. (2011). *Nowe wydanie – uwagi tłumacza*. W: W.J. Ong, *Oralność i piśmienność: słowo poddane technologii*. Przeł. wstęp i red. nauk. J. Japola. Warszawa: Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego.

- Kowalski, M. (2016). Retoryka i socjoretoryka w lekturze tekstów Nowego Testamentu. Cz. 1: Retoryka i nowe podejście do tradycji ustnej. *The Biblical Annals* 6(4), 611–654.
- Laskowska, M. i Marcyński, K. (2019). Media Ecology – (Un)necessary Research Perspective in Communication and Media Studies. *Mediatization Studies* (3). DOI: <http://dx.doi.org/10.17951/ms.2019.3.53-68>
- Lum, C.M.K. (red.). (2006). *Perspectives on culture, technology, and communication: The media ecology tradition*. Cresskill, NJ: Hampton Press.
- Marcyński, K. (2016). *Komunikacja religijna i media*. Kraków: Wydawnictwo Petrus.
- Media Ecology Association. Pozyskano z: <https://www.media-ecology.org/> (dostęp: 12.09.2023).
- Migliore, D. (2023). *Faith Seeking Understanding. An Introduction to Christian Theology*. Michigan: William B. Eerdmans Publishing Company, Grand Rapids.
- Nystrom, C. (1973). *Towards a science of media ecology: The formulation of integrated conceptual paradigms for the study of human communication systems* (Unpublished doctoral dissertation). New York: New York University.
- Ong, W.J. (1992). *Faith and Contexts*. Vol. 1–2. Atlanta: Scholars Press.
- Ong, W.J. (2009). *Osoba, świadomość, komunikacja. Antologia*. Wybór, wstęp, przekł. i oprac. J. Japola. Warszawa: Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego.
- Pelikan, J. (1971). *The Emergence of the Catholic Tradition (100–400). The Christian Tradition. A History of the Development of Doctrine*, Vol. 1. Chicago: University of Chicago Press.
- Postman, N. (1970). The reformed English curriculum. W: A.C. Eurich (red.), *High school 1980. The shape of the future in American secondary education*. New York, NY: Pitman.
- Rahner, K. (1978). *Foundations of Christian Faith*. Trans. W.V. Dych. New York: Crossroad.
- Siuda, P. (2010). *Religia a internet. O przenoszeniu religijnych granic do cyberprzestrzeni*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Soukup, P. (1983). *Communication and Theology. Introduction and Review of the Literature*. London: World Association for Christian Communication.
- Soukup, P. (2006). *Out of Eden. Seven Ways God Restores Blocked Communication*. b.m.w.: Pauline Books & Media.
- Soukup, P. (2010). *Wrócić do raj. ... i znów umieć ze sobą rozmawiać. 7 kroków do odnowienia komunikacji*. Katowice: Księgarnia św. Jacka Sp. zo.o.
- Soukup, P. (2013). A Media Ecology of the King James Version. *Translation* 3, 151–172.
- Soukup, P. (2019). Some past meetings of communication, theology, and media theology. *Kultura – Media – Teologia*, 38, 25–46.

- Soukup, P. (2023). *Theology and Communication*. W: J. Cohen i P. Soukup, *The Handbook of Religion and Communication*. Oxford: John Willey & Sons Ltd.
- Strate, L. (2017). *Media ecology. An approach to understanding the human condition*. New York: Peter Lang Publishing, Inc.
- Szpunar, M. (2014). Nowa ekologia mediów. *Studia Humanistyczne AGH*, 13(1), 135–141. DOI: 10.7494/human.2014.13.1.135.
- Żurek, S. (2002). Ekologia medialna – rozmowa z prof. dr. hab. Leonem Dyczewskim OFMConv (KUL). *Zeszyty Szkolne*, 7–11.

Małgorzata Rygielska – dr hab., prof. Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach, członkini Zespołu Teorii i Historii Kultury UŚ na Wydziale Humanistycznym. Autorka książek *Przyboś czyta Norwida* (2012), *Monografia Ignacego Lubicz Czerwińskiego „Okolica Za-dniestrską”*. *Studium kulturoznawcze* (2018). Jej artykuły ukazały się m.in. w „Pracach Kulturoznawczych”, „Kulturze Współczesnej”, „Roczniku Filozoficznym Ignatianum”.