

Marek Bernacki

Akademia Techniczno-Humanistyczna, Bielsko-Biała

e-mail: mbernacki@ath.bielsko.pl

Kanonizacja Jana Pawła II w przekazie polskich mediów

Wielkość czy autorytet. Jan Paweł II w przekazach polskich mediów podczas jego kanonizacji, praca zbiorowa pod redakcją Jerzego Olędzkiego i Teresy Sasińskiej-Klas, Warszawa 2016, ss. 430 + Aneks: *Dokumentacja filmowa na płycie DVD*

Jedenaście lat po śmierci Jana Pawła II (2 kwietnia 2005) i dwa lata po jego kanonizacji dokonanej w Rzymie przez papieża Franciszka (27 kwietnia 2014) ukazała się w Polsce godna odnotowania praca naukowa *Wielkość czy autorytet. Jan Paweł II w przekazach polskich mediów podczas jego kanonizacji*, będąca dopełnieniem wcześniejszej pracy zbiorowej *Odchodzenie Jana Pawła II do domu Ojca w polskich mediach* wydanej w roku 2008. Obie publikacje poświęcone medialnemu wizerunkowi papieża Polaka w krajowych mediach uznać można za uzupełniający się naukowy dyptyk. O ile jednak teksty zawarte w *Odchodzeniu...* koncentrowały się na opisie medialnego przekazu towarzyszącego procesowi umierania papieża i naznaczone zostały piętnem ogromnych społecznych emocji wywołanych przez śmierć głowy Kościoła katolickiego, to druga z wymienionych prac w sposób analityczny i beznamiętny zajmuje się różnymi formami medialnego przekazu poprzedzającymi moment kanonizacji Karola Wojtyły oraz towarzyszącymi temu ważnemu wydarzeniu w trakcie uroczystości na placu św. Piotra lub tuż po zakończeniu tej podniosłej ceremonii.

Omawiana praca, której redaktorami są uznani medioznawcy: prof. dr hab. Jerzy Olędzki, *profesor emeritus* Uniwersytetu Warszawskiego, autor publikacji z zakresu socjologii komunikowania oraz dr hab. Teresa Sasińska-Klas, socjolog i politolog związana z Uniwersytetem Jagiellońskim i specjalizująca się w zakresie relacji mediów i polityki, jest pokłosiem ogólnopolskiej konferencji naukowej wspieranej finansowo przez Fundację „Dzieło Nowego Tysiąclecia” i zorganizowanej w październiku 2015 roku pod patronatem Polskiego Towarzystwa Komunikacji Społecznej przez cztery wiodące polskie szkoły wyższe: Katolicki Uniwersytet Lubelski, Uniwersytet Jagielloński, Uniwersytet Stefana

Wyszyńskiego i Uniwersytet Warszawski.

Za motto publikacji wybrano słowa Jana Pawła II skierowane w dniu 4 czerwca 2000 r. do ludzi mediów w Roku Jubileuszowym, podczas spotkania w rzymskiej auli Pawła VI. Z wypowiedzi tej warto zacytować znamieny fragment, który ukazuje, jaką doniosłą rolę przypisywał mediom papież:

„Nie można pisać ani nadawać programów kierując się wyłącznie pragnieniem pozyskania jak największej liczby odbiorców, rezygnując z oddziaływania naprawdę formacyjnego. Nie można też odwoływać się bezkrytycznie do prawa do informacji, nie biorąc pod uwagę innych praw człowieka”¹.

Książka *Wielkość czy autorytet. Jan Paweł II w przekazach polskich mediów podczas jego kanonizacji*, poprzedzona *Słowem wstępnym* ks. kardynała Kazimierza Nycza, metropolity warszawskiego, podzielona została, jak piszą redaktorzy książki,

„na trzy zasadnicze części tematyczne odpowiadające trzem obszarom podstawowych badań medioznawczych: tradycyjna prasa drukowana i agencje prasowe, klasycznie działające publiczne stacje radiowe i telewizyjne oraz nowe środki przekazu intensywnie rozwijające się w sieci internetowej”².

Cześć pierwsza zatytułowana *Relacje w prasie drukowanej i agencjach informacyjnych* obejmuje dziesięć artykułów, z których znacząca większość poświęcona została różnorodnym - zarówno ogólnopolskim, jak i regionalnym przekazom prasowym dotyczącym różnorodnych aspektów medialnego wizerunku kanonizacji Jana Pawła II. Podjęto m.in. następujące zagadnienia szczegółowe: mediatyzacja cudu kanonizacyjnego Jana Pawła II, analiza relacji prasowych poświęconych trzem papieżom: Janowi Pawłowi II, Benedyktowi XVI i Franciszkowi, obraz kanonizacji papieża Wojtyły w serwisach Katolickiej Agencji Informacyjnej oraz w wybranych tytułach prasowych. W tej grupie tekstów na szczególną uwagę zasługuje artykuł Teresy Sasińskiej-Klas pt. *Kanonizacja Jana Pawła II w 2014 r. i jej medialny wizerunek w opiniotwórczych mediach drukowanych w Polsce - rok po wydarzeniu*. Swoje wywody autorka kończy gorzką konkluzją, iż w artykułach ukazujących się na łamach takich wpływowych czasopism, jak „Znak”, „Więź”, „Tygodnik Powszechny”, „Polityka”, „Newsweek”, „Wprost” czy nawet katolickiej „Niedzieli” zabrakło pogłębionej refleksji dotyczącej dialogu ze spuścizną intelektualną i nauczaniem Jana Pawła II. Dwa ostatnie teksty tej części poświęcone zostały omówieniu fotograficznych wizerunków papieża. Alicja Waszkiewicz-Raviv analizuje trzy obszary fotografii

¹ Słowa Jana Pawła II skierowane do ludzi mediów podczas spotkania w rzymskiej auli Pawła VI, 4 VI 2000 r.

² J. Olędzki, T. Sasińska-Klas, Wprowadzenie [w:] *Wielkość czy autorytet. Jan Paweł II w przekazach polskich mediów podczas jego kanonizacji*, Warszawa 2016, s. 17.

głowy Kościoła katolickiego: w sferze prywatnej, w sferze publicznej oraz jako myśliciela i mistyka. Z kolei Kazimierz Wolny-Zmorzyński omawia fotografie, które znalazły się w albumie Pawła Opalińskiego pt. *Poruszeni - zapis transcendentalny*.

W części drugiej książki zatytułowanej *Relacje radiowe i telewizyjne* znalazło się pięć rozdziałów, w których podjęto się przebadania wybranych programów TVP i audycji rozgłośni Polskiego Radia, zarówno w wymiarze ogólnokrajowym, jak i regionalnym, których tematem był historyczny moment kanonizacji Jana Pawła II. W tej części publikacji na plan pierwszy wysuwają się dwa zagadnienia: medialne odstony świętości ukazywane w materiałach Programu I TVP, wyemitowanych w dniach 26 i 27 kwietnia 2014 r., oraz w reportażach radiowych emitowanych na antenie I programu Polskiego Radia w okresie od 24 do 28 kwietnia 2014 r. Ważną część materiałów radiowych stanowią wywiady z ludźmi, którzy byli blisko Karola Wojtyły - Jana Pawła II w różnych okresach jego życia. Analizie medioznawczej poddano także materiały telewizyjne i radiowe zrealizowane w lubelskim ośrodku regionalnym TVP i rozgłośni Polskiego Radia Lublin.

W części trzeciej zatytułowanej *Reakcje internautów* zamieszczono siedem artykułów, z których każdy dotyczy odmiennej formy przekazu w sieci: w mediach społecznościowych, w memach internetowych, na Twitterze, w serwisie Instagram, polskojęzycznych zasobach internetowych i grupach działających na fanpage'ach na Facebooku, a także na stronach internetowych wybranych parafii rzymskokatolickich. Tematyka poszczególnych rozdziałów tej części książki koncentruje się na takich zagadnieniach szczegółowych, jak: analiza komentarzy, postów i tweetów w *social media* dotyczących faktu kanonizacji Polaka papieża, detabuizacja wizerunku Jana Pawła II dokonująca się w memach internetowych, rola serwisu Instagram w relacjonowaniu indywidualnych emocji towarzyszących osobom śledzącym proces kanonizacji czy analiza wpisów w internetowych grupach dyskusyjnych przy uwzględnieniu skali tzw. sentymentu pozytywnego i negatywnego. Z badań przeprowadzonych przez prof. Jerzego Olędzkiego i zawartych w rozdziale *Autorytet i świętość Jana Pawła II w polskojęzycznych otwartych zasobach internetowych* wynika, iż „patologia frazeologii nienawiści i złośliwości wszechobecnej w sieci internetowej dotyczy postaci Jana Pawła II w stosunkowo niewielkim wymiarze”³.

Integralną częścią publikacji jest - jak ujmują to redaktorzy książki - „cenny dodatek źródłowy w formie dokumentacji filmowej przedstawionej na płycie DVD, która zawiera specjalny reportaż o udziale TVP w realizacji programów telewizyjnych poświęconych kanonizacji Jana Pawła II”⁴.

Podsumowując, należy stwierdzić, że omawiana praca spełnia wymogi medioznawczego i komunikologicznego warsztatu naukowego, co podkreślili

³ Tamże, s. 24.

⁴ Tamże, s. 25.

w swoich opiniach recenzenci książki prof. dr hab. Iwona Hofman oraz prof. dr hab. Tomasz Goban-Klas, stanowi niewątpliwie ważny przyczynek do pełniejszego zrozumienia historycznego faktu kanonizacji papieża Jana Pawła II, ale także do tworzenia współczesnego wizerunku tej niezwyklej postaci w chwili, kiedy na arenie dziejów pojawia się i dochodzi do głosu młodsze pokolenie Polaków nie pamiętających i nie doświadczających na żywo emocji towarzyszących wyborowi Karola Wojtyły na urząd Piotrowy w Rzymie. W świecie globalnej komunikacji zdominowanej przez coraz to nowsze nośniki i technologie to właśnie przekaz medialny w całej swej złożoności i zróżnicowaniu przyczyni się do utrwalenia wizerunku papieża Polaka w świadomości zbiorowej kolejnych pokoleń jego rodaków.

