

ALEKSANDRA PETHE*

Wizualny aspekt przekazu treści religijnych w polskiej prasie katolickiej. Od teorii do praktyki (na przykładzie „Gościa Niedzielnego” i „Tygodnika Powszechnego”)

Uwarunkowania teologiczne i komunikacyjne
wizualizacji treści sakralnych

Wizualny aspekt przekazu medialnego stanowi często przedmiot refleksji zarówno w nauce o komunikowaniu, jak i na gruncie nauk teologicznych. Dotyczy bowiem relacji zachodzących pomiędzy słowem a obrazem. Teologia mediów (czy teologia środków masowego przekazu) niejednokrotnie podejmowała temat roli i znaczenia „widzialności” w przekazie religijnym, a w szczególności w przepowiadaniu prawd ewangelicznych. Warto w tym miejscu odwołać się do prekursorskiego opracowania Antoniego Lewka *Podstawy edukacji medialnej i dziennikarskiej*¹, w którym autor nie tylko definiuje pojęcie „teologia środków społecznego przekazu”, widząc w niej naukę zajmującą się funkcją ewangelizacyjną procesu społecznego komunikowania, ale idzie znacznie dalej – twierdzi wprost, że – bezpośrednim źródłem i modelem teologii komunikowania jest sama Ewangelia. Rzecz dotyczy dwóch płaszczyzn komunikowania – między-ludzkiego i religijnego. Ich celem nadrzędnym jest zbawienie człowieka, czyli „jednoczenie ludzi z Bogiem i między sobą”².

* ALEKSANDRA PETHE – dr hab. prof. UE, Katedra Dziennikarstwa Ekonomicznego i Nowych Mediów, Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach; e-mail: alexandra_al@poczta.onet.pl

¹ A. Lewek, *Podstawy edukacji medialnej i dziennikarskiej*. Warszawa 2003, s. 473.

² Ibidem, s. 51.

Badacze zagadnienia zgodnie przyznają, że dokonała się specyficzna ewolucja kultury medialnej, polegająca na przekształceniu kultury werbalnej w kulturę audiowizualną, w której przekaz jednocześnie opiera się na słowie i obrazie. Często określa się ten stan rzeczy jako „zwrot ikoniczny”, „inwazję obrazów” czy „dominację wizualności”. Zaistniałą sytuację diagnozuje Maryla Hopfinger. Badaczka zauważa, że obraz przeszedł drogę „nobilitacji kulturowej”, w rezultacie czego wyznaczono mu nowe funkcje – przedstawiającą i znaczeniową³. W kontekście wspomnianych przemian nasuwa się jednakże pytanie o rolę słowa w przekazie medialnym. A mówiąc wprost: czy w obecnej sytuacji mamy do czynienia z wizualnością, która wypiera radykalnie werbalność? Hopfinger pisze:

„Wydaje się, że słowo zajmuje wiele miejsca na komunikacyjnej scenie i jest to miejsce bardzo ważne. Nie jest hegemonem, jak to było w kulturze typu werbalnego. Ale się zmienia i dostosowuje do nowej sytuacji. (...) W dzisiejszej sytuacji słowo i obraz są dobrze współobecne, mogą pełnić zarówno samodzielne, jak i komplementarne funkcje; obraz nie tyle wypiera słowo, ile pełnić może zarówno swoje funkcje przedstawiające, jak i funkcje które kiedyś przypisywano tylko słowu”⁴.

Odpowiedź autorki jest optymistyczna. Konstatuje ona, że zwrot obrazowy nie wyeliminuje ostatecznie słowa, przeciwnie „obraz wzbogaca i równoważy scenę komunikacyjną”⁵.

W tym miejscu zwróćmy się na chwilę w stronę dyskursu teologicznego. Przypomnijmy, że podstawowym narzędziem przekazu w teo-logii [grecki rodowód terminu to *thèos* – Bóg, *logos* – słowo, nauka] jest słowo. Trzeba przy tym wyraźnie wskazać na dwa znaczenia tego pojęcia. Otóż najważniejsze odniesienie stanowi Logos *En arche en ho logos*, o którym mówi w Prologu swej Ewangelii św. Jan (J 1, 1). Ale istnieje jeszcze inny wymiar słowa, zakorzenionego w owym Logosie, słowa ludzkiego mówiącego o Bogu i wzajemnej relacji Bóg – człowiek, rzeczywistość Boga – rzeczywistość człowieka. Zarówno pierwsze, jak i drugie znaczenie należy wziąć pod uwagę mówiąc o przekazie treści sakralnych za pośrednictwem mass mediów, zwłaszcza gdy pod uwagę brane są media o charakterze religijnym i wyznaniowym.

Przywoływany już Antoni Lewek podkreślał, idąc śladem posoborowych dokumentów i instrukcji kościelnych (m.in. *Communio et progressio* oraz *Aetatis novae*), że media masowe mogą pełnić, w sposób spektakularny, liczne funkcje związane z działalnością duszpasterską i nauczaniem Kościoła. Do najważniejszych zadań zaliczył: ewangelizowanie, budzenie i kształtowanie

³ M. Hopfinger, Czy obraz wypiera słowo? w: *Komunikacja wizualna w prasie i w mediach elektronicznych*, red. K. Wolny-Zmorzyński, W. Furman, J. Snopek, K. Groń, Warszawa 2013, s. 13.

⁴ Ibidem.

⁵ Ibidem, s. 14.

wiary, budowanie wspólnoty międzyludzkiej i kościelnej, służenie rozwojowi duchowemu człowieka i jego rzeczywistości społecznej⁶. Autor odnosił się wprost do chrystologicznej koncepcji istoty masowego komunikowania, wyrażonej w instrukcji *Communio et progressio* (1971), którą nazwał pierwszą wykładnią teologii mediów⁷. O chrystologicznej proveniencji istoty komunikowania czytamy w dokumencie:

„W czasie swego ziemskiego życia Chrystus dał się poznać jako doskonały <<Głosiciel>>. Przez wcielenie upodobił się do tych, którzy mieli Go kiedyś słuchać, a w swoich kazaniach i całym stylu życia zawsze miał na względzie przepowiadanie. Przemawiał wśród swego ludu, głosząc całe posłannictwo Boże mocno i wytrwale. W swoim przepowiadaniu przyjął sposób mówienia i myślenia właściwy krajowi i jego sytuacji”⁸.

I dalej:

„Komunikowanie”, to coś więcej niż samo tylko przekazywanie idei czy wyrażanie uczuć, to przede wszystkim dawanie siebie z miłości i dlatego właśnie <<komunikowanie>> Chrystusowe jest duchem i życiem (J 6, 63)”⁹.

Wychodząc z tak sformułowanego założenia można wnioskować, że Ewangelia może być – i rzeczywiście jest – traktowana jako „świadczenie, wzór i przedmiot komunikacji chrześcijańskiej”¹⁰. Stąd już prosta konsekwencja takiego toku myślowego: zadanie teologii mediów sprowadza się do wykorzystania dostępnych środków masowego komunikowania (media tradycyjne i nowe) dla zbawienia człowieka¹¹. Liczne dokumenty, instrukcje kościelne oraz orędzia papieskie dowodzą wyraźnie, że temat został dostrzeżony, a problematyka znajduje swoją ciągłą kontynuację, która ujawnia się w treści pogłębionej refleksji nad zastosowaniem komunikacji medialnej dla celów ewangelizacyjnych. Nie ma wątpliwości, że istnieje świadomość konieczności dostosowania form przekazu treści religijnych do potrzeb współczesności. I to w dwóch obszarach: samego języka religijnego jako przekazywacza treści sakralnych oraz form komunikowania się z odbiorcą w dobie procesu transformacji środków masowego przekazu.

⁶ A. Lewek, *Zarys problematyki Kościoła a media*, w: *Media na przełomie*, red. J. Szaniawski Józef, K. Marcyński, Warszawa 2011, s. 222.

⁷ Ibidem, s. 221.

⁸ Papieska komisja do środków społecznego przekazu. 1971. *Instrukcja duszpasterska o środkach społecznego przekazu. Communio et progression*. <http://www.kns.gower.pl/stolica/communio.htm> [online]. [2017.06.01].

⁹ Ibidem.

¹⁰ P. Drzewiecki, *Teologia środków społecznego przekazu. Perspektywa rozwoju*, w: *Media na przełomie*, red. J. Szaniawski Józef, K. Marcyński, Warszawa 2011, s. 719.

¹¹ Ibidem, s. 720.

Jaki powinien być język religijny, aby trafił do współczesnego odbiorcy i najlepiej oddawał intencje nadawcy? Na tak sformułowane pytanie u progu lat 90. XX wieku poszukiwała odpowiedzi Irena Bajerowa, wybitna polska językoznawczyni. Odpowiedź, której udzieliła nadal wydaje się być – po niewielkich modernizacjach – nader aktualna i adoptowalna do dzisiejszej uwarunkowań. Otóż punktem wyjścia było określenie złożoności i ustrukturyzowania funkcji języka religijnego¹². Zaliczono do nich funkcję poznawczą (język Objawienia i Tradycji; język przy pomocy, którego poruszane są problemy praktyki duszpasterskiej, zagadnienia teoretyczne, związane z różnorodnymi aspektami teologii oraz katechetyczne), impresywną (perswazyjną, motywacyjną i nakłaniającą do aktywności religijnej), ekspresywną (w postaci werbalizacji modlitewnej) oraz performatywną (tworzącą rzeczywistość sakralną). Ważną rolę odgrywa także struktura aktu wypowiedzi języka religijnego, którą tworzą z kolei: nadawcy i odbiorcy, forma przekazu a także sytuacja społeczna. Wszystkie wymienione elementy przekładają się na identyfikację współczesnego religijnego przekazu medialnego. Uwzględniając antropologizm teologiczny (słowo ludzkie jest ograniczone wobec werbalizacji oraz eksplikacji treści transcendentnych) w centrum stawia się ciągle istotny problem unowocześnienia form przepowiadania (tu również uwspółcześniania języka religijnego) do potrzeb i kompetencji odbiorczych dzisiejszego uczestnika procesu komunikacji.

Z perspektywy XXI wieku Witold Ostafiński¹³, zdając sobie sprawę z ograniczonych możliwości zastosowania norm komunikacyjnych wobec rzeczywistości transcendentnej, słusznie postuluje modernizację „języka religijnej komunikacji”. Autor zwraca uwagę na co najmniej dwa zjawiska: niekomunikatywność języka (m.in. w obrębie kaznodziejstwa i teologii), jak również na kryzys kompetencji odbiorczych. Ostafiński dostrzega rzecz niezmiernie ważną w dobie przemownego i wszechogarniającego wpływu środków masowego przekazu na postawy, poglądy i zachowania człowieka współczesnego, podnosi bowiem kwestię trojski o komunikatywność, ale nie pomija potrzeby atrakcyjności „w nazywaniu sfery sacrum”, ponieważ – parafrazując słowa autora – język pośredniczenia w nawiązywaniu komunikacji z ludzkim i Boskim wymiarem rzeczywistości musi spełnić także wymóg zauważalności w natłoku ciągle napływającego strumienia informacji. W tej mierze jest także, rzecz jasna, wyzwaniem dla mediów katolickich. O ich opiniotwórczej sile nikogo dziś nie trzeba w najmniejszym stopniu przekonywać, dostrzega ten potencjał także Kościół, mając dogłębną świadomość, że media tworzą obraz całej rzeczywistości. Dlatego niejednokrotnie podejmowano dyskusję na temat znaczenia i roli nowoczesnych

¹² I. Bajerowa, *Rola języka we współczesnym polskim życiu religijnym. O języku religijnym. Wybrane zagadnienia*, w: *O języku religijnym*, red. M. Karpluk, J. Sambor, Lublin 1988, s. 9-20.

¹³ W. Ostafiński, *Jak mówić o Bogu, by nas słuchano? w: Media na przełomie*, red. J. Szaniawski, K. Marcyński, Warszawa 2011, s. 398-412.

środków komunikacji społecznej, które kształtują myślenie, uczucia, przeżycia, mentalność i postawy odbiorców¹⁴. Zwracano uwagę na rozwój nowych form przekazu uwarunkowanych rozwojem technologicznym, w których – jak już było powiedziane – nieocenioną rolę pełni wizualność.

Z kolei Ryszard Knapieński przypomina i uświadamia w wielu swych wypowiedziach znaczący fakt, że chrześcijaństwo w swej istocie jest religią zarówno słowa, jak i obrazu¹⁵. Otóż odnosząc się do często przytaczanej przez teologów sentencji *fides ex auditu* Knapieński przywołuje powszechnie znaną biblijną scenę, w której Tomasz Apostoł zawdzięcza przydomek „Niewierny” („Nie uwierzę, jeśli nie ujrzę na Jego rękach śladów po gwoździach...” J 20, 24). Ta scena bowiem – w przekonaniu badacza – wskazuje na inną niż wywodzącą się ze słuchania drogę poznania Boga. Jest nią poznanie wzrokowe. Podobne odwołania do wagi obrazu w poznaniu religijnym można mnożyć. Na kartach Biblii znajdziemy je wielokrotnie. Także według Piotra Drzewieckiego słowo i obraz stanowią podstawowe środki przekazu wiary, znaczenie widzialności zostało dowartościowane za sprawą samej Inkarnacji. Wobec tego forma podawcza treści sakralnych, aby była skuteczna musi uwzględniać kondycję człowieka *homo videns* i dlatego musi mieć wzgląd na obraz¹⁶. Wiara rodzi się również z „patrzenia”, co daje się ująć w sentencji *fides ex visu*. W historii Kościoła, a zarazem i w dziejach kultury (historia sztuki, literatura), symbiozę słowa i obrazu stanowiły niegdyś, jak wiadomo, chrystocentryczne tematycznie rękopisy zwane *Biblia pauperum*. Odegrały one znaczącą rolę w „dialogu słowa i obrazu”¹⁷. „Dla przygotowanego odbiorcy iluminowane zbiory kart składające się na *Biblię ubogich* służyły zarówno ćwiczeniom w wyrabianiu zdolności inteligentnego odbioru sztuki – zauważa Knapieński – jak i skojarzenia obrazu z tekstem. Pomagało to przypomnieć powiedzenia proroków i przyswoić sobie sens przesłania Dobrej Nowiny. Zamiast mówić o przeznaczeniu *Biblii ubogich* dla analfabetów, należy raczej przyjąć, że przeznaczona była dla elity intelektualnej, aby ta z kolei głosiła <<maluczkim = ubogim w duchu – niewykształconym>> prawdy religijne”¹⁸. Tak więc, można powiedzieć, że już ta średniowieczna księga stanowi swego rodzaju przykład wizualizacji przekazu treści religijnych. Trudno też nie wspomnieć o teologicznej świadomości siły oddziaływania obrazu

¹⁴ A. Lewek, *Zarys problematyki Kościoła a media*, w: *Media na przełomie*, red. J. Szaniawski, K. Marcyński, Warszawa 2011, s. 212.

¹⁵ R. Knapieński, *Po co Kościołowi obrazy?* „Nauka” 2005, nr 3, s. 139-165. http://www.pan.poznan.pl/nauki/N_305_11_Knapinski.pdf (12.06. 2017)

¹⁶ P. Drzewiecki, *Teologia środków społecznego przekazu. Perspektywa rozwoju*, w: red. J. Szaniawski Józef, K. Marcyński, *Media na przełomie*. Warszawa 2011, s. 723.

¹⁷ R. Knapieński, *Biblia Pauperum – rzecz o dialogu słowa i obrazu*, „Nauka” 2004, nr 4, s. 133-164. http://www.pan.poznan.pl/nauki/N_404_09_Knapinski.pdf (12.06. 2017)

¹⁸ Ibidem., s. 32.

(gr. *eikon*, łac. *imago*) w dziejach Kościoła. Spadek po obrazowej kulturze antycznej, a następnie rozwój masowej pobożności postulującej wizualizację prawd wiary sprawiły, że teologowie, pisarze chrześcijańscy, myśliciele i hierarchowie uznali a także dowartościowali rolę obrazu w przepowiadaniu (m.in. Grzegorz z Nysy, Grzegorz I Wielki, Pseudo-Dionizy Aeropagita, Vaticanum II, potem Paweł VI, Jan Paweł II i Benedykt XVI). Mamy tym samym do czynienia ze wspomnianą realizacją formuły *fides ex visu*.

Nie ma dziś wątpliwości, że obraz stał się niemal nieodłącznym towarzyszem przekazu słownego wszędzie tam, gdzie jest to tylko możliwe, wkraczając w coraz szersze kręgi ludzkiej aktywności komunikacyjnej.

* * *

Wizualno-werbalna i werbalno-wizualna i płaszczyzna przekazu treści religijnych na łamach tygodników katolickich „Gość Niedzielny” i „Tygodnik Powszechny”. Rodzaje, funkcje, realizacje

Już w latach 80. XX wieku wybitny historyk sztuki sakralnej Janusz St. Pasierb (zapewne pod wpływem lektury M. McLuhana *O środkach przekazu*, edycja polska w roku 1964) zwracał uwagę, że współczesne środki przekazu wytworzyły specyficzną sytuację, charakteryzującą się tym, że „środki elektroniczne zdezwuowały druk i słowo na rzecz obrazu”, co w konsekwencji doprowadziło do prymatu obrazu nad słowem oraz przemian samej treści przekazu¹⁹. Człowiek „cywilizacji obrazu” oczekuje innej formy przekazu, czyli „zwiększenia pogładowości, żywości, obrazowości języka i treści”²⁰. Idealny model stanowi Ewangelia, bowiem „wiele przypowieści Chrystusa to plastyczne scenariusze filmowe, których żywy zmysł dramatyczny i bogactwo formy stanowią wzór równie aktualny, co niedościgły”²¹. Oznacza to nie tylko konieczność aktualizacji i modernizacji narzędzi ewangelizacyjnych, ale również uwzględnienia warunków i kompetencji odbiorczych współczesnego odbiorcy „audiowizualnego”. Stąd tak ważne znaczenie wizualizacji treści przekazu religijnego w mediach wizualnych, do których przynależy – obok książki, plakatu, przezroczy czy fotografii – prasa²².

Współobecność słowa i obrazu oraz ich wzajemne relacje stanowią element konstytutywny tygodników definiowanych jako katolickie. Do grona najbardziej

¹⁹ J. St. Pasierb, *Pionowy wymiar kultury*, Kraków 1983, s. 30-32.

²⁰ Ibidem.

²¹ Ibidem.

²² Według typologii A. Lewka. Por. A. Lewek, *Zarys problematyki Kościoła a media*, w: *Media na przełomie...*, Warszawa 2011, s. 212.

opiniotwórczych należy bez wątpienia katowicki „Gość Niedzielny” (w okresie powojennym będący pismem kościelnym wydawanym bezpośrednio przez Kurię Metropolitalną w Katowicach, a od 2014 roku edytowanym przez Instytut Gość Media), wiernie realizujący program ogólnopolskiego pisma reprezentującego głos Kościoła katolickiego. Z kolei „Tygodnik Powszechny” to katolicki periodyk społeczno-kulturalny o charakterze liberalnym, głoszący idee tzw. katolicyzmu otwartego²³. W okresie PRL-u pismo zyskało opinię niezależnego głosu inteligencji katolickiej.

Werbalna i wizualna płaszczyzna stanowi ważne narzędzie pośredniczenia w przekazie treści religijnych, ewangelizacyjnych i duszpasterskich. Ze względu na dominację i prymat jednej z form wypowiedzi w komunikacie trzeba wyróżnić płaszczyznę werbalno-wizualną i wizualno-werbalną. O zastosowaniu pierwszej z wymienionych mowa w odniesieniu do artykułu, felietonu czy eseju, druga zaś w pierwszej kolejności związana jest z realizacją stron tytułowych czasopism. Troska i dbałość o ten wymiar są nader widoczne w edycjach obu tygodników. Wobec tego zastanówmy się: czy, i kiedy, słowo jest ilustrowane, wzmacnianie, za pomocą obrazu? czy, i kiedy, słowo dookreśla obraz? czy, i kiedy, wizualność potęguje atrakcyjność przekazu religijnego? czy, i kiedy, komunikat werbalno-wizualny i wizualno-werbalny pełni funkcję istotną dla działań w obszarze marketingu religijnego? Oto najważniejsze zagadnienia, jednakże pod uwagę należy wziąć także problem obecności lub nieobecności, znaczenia i funkcji zjawiska grafizacji tekstu, czyli powiązania słowa ze znakami interpunkcyjnymi i diakrytycznymi w jedną całość znaczeniową, co może świadczyć o przyjmowaniu konwencji gry językowej, a jednocześnie może dowodzić podejmowania swoistej gry z adresatem i jego kompetencjami odbiorczymi. Wybrany materiał wizualny traktujemy jako tekst, tworzący znaczenia i wchodzący w relacje multimodalne²⁴, analizowany przez pryzmat treści i kompozycji, wreszcie jako tekst skonstruowany świadomie, wedle przyjętej strategii konceptualnej i technologicznej. Analizowany przekaz obejmuje wydania obu tygodników z okresu styczeń – grudzień 2015. Rok 2015 był Rokiem Życia Konsekrowanego. W tym czasie miały miejsce ważne, często niezwykle kontrowersyjne, wydarzenia roku kościelnego i zmiany w praktyce Kościoła (przede wszystkim przeprowadzenie Synodu o Rodzinie i jego medialne reperkusje, ogłoszenie Roku Miłosierdzia, uproszczenie procesu o stwierdzenie nieważności małżeństwa, „burzenie murów między politykami i narodami”, głoszenie dialogu

²³ Por. też B. Domagała, *Konserwatywny i liberalny dyskurs religijny w Polsce*, w: *Media i religia. Nowy kontekst komunikacji*, red. R. Sierocki, M. Sokołowski, A. Zduniak, Toruń 2016, s. 142-143.

²⁴ Por. G. Rose, *Interpretacja materiałów wizualnych. Krytyczna metodologia badań nad wizualnością*. Warszawa 2010, s. 31 i 256.

ekumenicznego, powołanie nowych kardynałów z peryferiów świata²⁵ oraz głośne wydarzenie w mediach światowych, jakim był *coming out* polskiego duchownego ks. Krzysztofa Charamsy²⁶).

Obserwując już pierwsze strony obu tygodników można bez trudu dostrzec, że wydawcy zdają sobie w pełni sprawę z wagi atrakcyjności formy przekazu. Kolorystyka winiet tytułowych jest podobna (czerwone tło i biały napis), rozpoznawalne logo umieszczone w prawym („Gość Niedzielny”) i lewym rogu („Tygodnik Powszechny”), poręczny format. Barwne zwykle okładki zawierają zapowiedzi wiodącej tematyki numeru. Oba tytuły podejmują aktualną społecznie, politycznie, etycznie i kulturowo tematykę, nie ograniczając się tylko do problematyki *sensu stricto* religijnej. Pierwsze strony tygodników różnią się pod względem dominacji tematyki społecznej i politycznej. W „Gościu Niedzielnym” akcentuje się przede wszystkim kwestie ewangelizacyjne i duszpasterskie, natomiast wydawcy „Tygodnika Powszechnego” włączają się raczej w kontrowersyjne często dyskusje nad bieżącymi wydarzeniami w życiu i nauczaniu Kościoła. Różnice te można wyczytać przeglądając typograficzne projekty okładek:



Rys. 1. „Tygodnik Powszechny” 2015, nr 39.

²⁵ Por. K. Wilczyński, *10 zmian dokonanych przez Papieża w 2015 roku*, <https://www.deon.pl/religia/kosciol-i-swiat/komentarze/art,2265,10-zmian-dokonanych-przez-papieza-w-2015-roku.html> (10. 06. 2017)

²⁶ Por. m.in. http://www.repubblica.it/vaticano/2015/10/03/news/prelato_polacco_si_dichiara_gay_lombardi_dovra_lasciare_incarichi-124223138/?refresh_ce (10.12. 2017); <http://www.newsweek.com/vatican-dismisses-gay-priest-379603> (10.12. 2017); <https://edition.cnn.com/videos/world/2015/10/30/gay-priest-fired-vatican-gallagher-nr.cnn> (10.12. 2017)

Wizualizacja zapowiedzi tematu tygodnia poświęconego reformie procesu stwierdzenia nieważności małżeństwa. Wykorzystano formułę ewangeliczną „Tego więc co Bóg złączył, człowiek niech nie rozdziela” (Mt 19, 6) poprzez jej parafrazę „Czego Bóg nie złączył”, zachowującą semantyczną zgodność z nauczaniem Kościoła, wyróżnioną graficznie czarną, czytelną czcionką, a nadto wzmocniono cały przekaz sugestywną obrazem graficznym nawiązującym do rysunku dwóch zbiorów: błękitnego (zarys postaci mężczyzny) i czerwonego (zarys postaci kobiety), których część wspólna (czerni i symbol serca) oddziela czarna rysa. W ten sposób zostały zapowiedziane kluczowe teksty: rozmowa z kard. Ch. Schönbornem i artykuł Katarzyny Magnuszewskiej „Ważne czy nieważne”.



Rys. 2. „Tygodnik Powszechny” 2015, nr 19

Temat tygodnia prezentuje duża grafika odnosząca się do napisu o zróżnicowanej czcionce „Wszyscy byli odwrócenii. Bracia i siostry siostry Bernadetty”. Dodatkowo mamy do czynienia z grą językową - dwukrotne powtórzenie rzeczownika „siostry” nie stanowi błędu stylistycznego, przeciwnie podkreśla dramatyczny wymiar omawianego wydarzenia: „W historii zabrzańskiego ośrodka dla dzieci przeraża nie tylko przemoc stosowana przez samą kierowniczkę, ale również liczba odwróconych plecami świadków wydarzeń” – czytamy w zapowiedzi artykułu Anny Goc i Przemysława Wilczyńskiego „Wszyscy byli odwrócenii”.



Rys. 3 „Tygodnik Powszechny” 2015, nr 40

Zdjęcie portretowe ks. Krzysztofa Charamsy powiązane z napisem „Teologia i przemoc”, odnoszą się bezpośrednio do artykułu Charamsy na temat wypowiedzi medialnych ks. D. Oko. Rzecz znamienita, że tekst ukazał się w przededniu skandalu wywołanego tzw. *coming outem* duchownego i sposobem wykorzystania przez niego mediów.

Okładki „Gościa Niedzielnego” można podzielić w dużym uproszczeniu na co najmniej trzy kategorie zapowiadające „temat Gościa” (napis wyróżniony graficznie w układzie typograficznym prawie w każdym numerze): aktualne wydarzenia i problemy społeczne (np. problem pamięci historycznej, zaangażowanie w ruchy *pro life*, konflikt pokoleń czy też etyczne dylematy badań genetycznych i wiele innych); popularyzujące teologię, naukę i historię Kościoła (synod o rodzinie, pielgrzymki papieskie, znaczące rocznice historyczne i inne) a także bezpośrednio wprowadzające w istotę świat religijnych

Zapowiedź i promocja filmu „Apartament”, w reżyserii Macieja Czakowskiego, ukazującego niepublikowane dotąd materiały filmowe i fotograficzne z życia św. Jana Pawła II. Wykorzystano zdjęcie przedstawiające „prywatny” wizerunek Świętego podczas jednej z górskich wypraw.

Na okładce wykorzystano barwny fotomontaż o wydźwięku symbolicznym, co zinterpretowano czytelnym tytułem „Ekologia po Bożemu” i opatrzone dwuzdaniowym komentarzem, który odsyła bezpośrednio do obszernego omówienia pierwszej poświęconej ekologii encykliki papieskiej *Laudato si'* Franciszka pióra ks. Tomasza Jaklewicza.



Rys. 4 „Gość Niedzielny” 2015, nr 20.



Rys. 5 „Gość Niedzielny” 2015, nr 20.

Ilustracja na okładce została zaczerpnięta, jak podaje redakcja, z IMGKID.COM/HUMAN-FACES-COLLAGES.HTML. Fragment obrazu „Jezu, ufam Tobie” przybliża Twarz Chrystusa, na którą składają się setki ludzkich twarzy, przypominających układankę z puzzli. Numer pisma odsyła bezpośrednio do Święta Miłosierdzia Bożego, a jednocześnie ogłasza ściśle z tym powiązany temat tygodnia – miłosierdzie jako „Zapora przeciw złu”.



Rys. 6 „Gość Niedzielny” 2015, nr 15.

Bez wątpienia zaprezentowane realizacje wprowadzają czytelnika w treść całego przekazu i można zaryzykować stwierdzenie, że zachowują pewną równowagę wizualno-werbalną, ale podporządkowaną funkcji pragmatycznej i impresywnej. Chociaż obraz dominuje formatem, dynamiką, barwą nad słowem, to jednak warstwa werbalna interpretuje ikoniczność, podpowiada odbiorcy znaczenia, niekiedy wprost jest po to, aby intrygować. Wizualność potęguje tym samym atrakcyjność przekazu religijnego, przekazuje najważniejsze informacje w wielkim skrócie, wreszcie wpływa na typ odbioru. Konstrukcja komunikatu wizualno-werbalnego pełni istotną funkcję dla działań w obszarze marketingu, z jednej strony wpływa na emocje adresata, z drugiej zaś pobudza jego racjonalność myślenia, aby przekaz został dostrzeżony i pozyskał na dłużej uwagę czytelnika.

Trudno nie przyznać racji Jarosławowi Pacule, który słusznie twierdzi, że mamy do czynienia z komunikatem jako całością integralną, pomimo że obraz jest zwykle bardziej czytelny i łatwiejszy w odbiorze:

„Nic więc dziwnego, że połączenie obrazu i słowa w jedno (czyli grafizacja i wizualizacja słowa) przynosi lepszy rezultat niż oddzielne funkcjonowanie obu sposobów komunikowania, bo poza funkcją perswazyjną tego typu komunikaty pełnią też inne role. I nie chodzi tutaj o towarzyszenie obrazu wyłącznie jako ilustracji do słów czy o występowanie słów jako komentarza do ilustracji, więc o wzajemne uzupełnianie się kodów, ale o współistnienie obrazu i słowa jako całości wizualnej”²⁷.

²⁷ J. Pacuła, *Grafizacja i wizualizacja słowa w zapowiedziach medialnych*, „Media i społeczeństwo” 2012, nr 2, s. 74-93; http://www.mediaispoleczenstwo.ath.bielsko.pl/art/074_pacula.pdf (12.06. 2017)

Zobaczmy z kolei, jaką zasadę przyjmuje się najczęściej w artykułach podejmujących tematykę religijną. Nawet pobieżny ogląd wskazuje, co zrozumiałe w perspektywie ontologii artykułów prasowych, że powinniśmy mieć do czytania z prymatem słowa nad obrazem, a jednak wizualność pełni i tu znaczące funkcje. Należałoby zauważyć, że w publikowanych wypowiedziach natężenie środków wizualnych a także ich rodzaje są zróżnicowane. Zaczniemy od przykładów zaczerpniętych z „Tygodnika Powszechnego”:



Rys. 7 „Tygodnik Powszechny” 2015, nr 21.

Duża, całostronicowa fotografia przedstawiająca sylwetkę klęczącego u stóp konfesjonału człowieka w białej sutannie sugeruje wyobraźni czytelnika, że jest świadkiem niecodziennego wydarzenia. Oto głowa Kościoła, podobnie jak każdy inny grzesznik, przystępuje do sakramentu pojednania. Obraz wchodzi w ścisłą relację z tytułem artykułu Artura Sporniaka „Nie bójcie się spowiedzi”. Nie trudno domyśleć się, że bohaterem wydarzenia jest Papież Franciszek, co potwierdza pierwsze zdanie leadu wprowadzające w ważne i aktualne wydarzenia kościelne dotyczące Roku Miłosierdzia „Papież chce nadać powołanym przez siebie misjonarzom miłosierdzia prawo do zdejmowania ekskomuniki za aborcję. (...)”. W ten sposób podkreślona została waga poruszonego zagadnienia, przybliżona postać papieża (symboliczna wymowa wpływa na zmniejszenie dystansu między Głową Kościoła a wiernymi praktykującymi spowiedź świętą), a jednocześnie wykorzystano funkcję perswazyjną w korelacji z imperatywem zawartym w tytule („Nie bójcie się spowiedzi”). Aspekt wizualny pełni w tym przypadku rolę informacyjną, wspomagającą tekst słowny, perswazyjną oraz impresyjną, wpływającą na wyobraźnię i stymulującą wrażliwość religijną.



Rys. 8 „Tygodnik Powszechny” 2015, nr 42.

Fotografia w teście hagiograficznym Zbigniewa Nosowskiego „Nastrojeni na jeden ton” przedstawia pierwsze kanonizowane małżeństwo w historii Kościoła. To portrety państwa Zeli i Ludwika Martinów, rodziców św. Teresy od Dzieciątka Jezus, zaczerpnięte z zasobów domeny publicznej. Zdjęcie pełni rolę ilustracji, wspomaga poznawczo i zatrzymuje czas historyczny, dokumentuje prawdę przekazu, aby w rezultacie przybliżyć postać nowych świętych wyniesionych na ołtarze.



Rys. 9 „Tygodnik Powszechny” 2015, nr 43.



Rys. 10 „Tygodnik Powszechny” 2015, nr 45.

Dwa powyższe przykłady (rys. 9 i rys. 10) dotyczą zagadnienia, któremu na łamach „Tygodnika Powszechnego” poświęcano regularnie dużo miejsca w refleksji publicystycznej. W analizowanym tygodniku Synod biskupów poświęcony rodzinie (2015) przedstawiany był w świetle licznych kontrowersji. „Czy biskupi zdążą” pytał Konrad Sawicki i podkreślał nacechowanie emocjonalne a także metodologiczne nieuporządkowanie toczonych dysput. Tezę Sawickiego wzmacnia fotografia, na której czarnoskóry biskup smartfonem wykonuje zdjęcia przed kolejną sesją synodalną. Kadr zatrzymany w czasie uwiecznia też błysk flesza. Rzecz znamienna, że hierarcha ustawiony jest niejako pod prąd, jako jedyny odwrócony jest od pozostałych ojców synodalnych. Obraz wykracza poza płaszczyznę *sensu stricto* literalną, nabierając jakości symbolicznej²⁸. Aspekt wizualny podkreśla kontrowersyjność i polemiczny charakter toczących się dyskusji, służy zaangażowaniu uwagi i wyobraźni czytelnika. Podobnie dzieje się przy okazji następnej wypowiedzi na temat synodu, pióra Artura Sporniaka „Efekt synodu”²⁹, w którym publicysta skupia uwagę na „ostrych dyskusjach”, „zainteresowaniu mediów na świecie”³⁰, aby podkreślić otwartość synodalną na „współmyślenie o problemach Kościoła”³¹. Duże formatowo zdjęcie, impresjonistycznie rozmywające się kontury uwiecznionych postaci biskupów, wyraźnie odsyła do postawionego pytania „Czy tę energię uda się wykorzystać?”³². Mgła,

²⁸ O jakości literalnej i symbolicznej w fotografii pisze Sławomir Sikora w książce: *Fotografia między dokumentem a symbolem*, Izabelin-Warszawa 2004.

²⁹ A. Sporniak, *Efekt synodu*, „Tygodnik Powszechny” 2015, nr 45, s. 28-31.

³⁰ Ibidem, s. 28.

³¹ Ibidem.

³² Ibidem.

nieostrość widzenia, potęgują wymowę leadu. Wizualność dynamizuje przekaz, dąży do zaangażowania uwagi odbiorcy w zrozumienie opisu słownego, a jednocześnie przekazuje pewną część interpretacji istotnego wydarzenia.

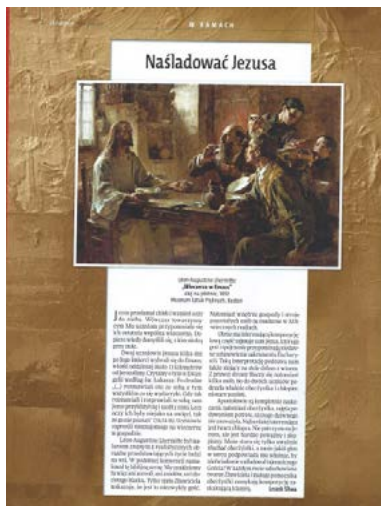


Rys. 11 „Tygodnik Powszechny” 2015, nr 49.

Oszczędność i powściągliwość w użyciu środków graficznych cechuje stałą rubrykę „Czytania”, w której bp Grzegorz Ryś komentuje teksty liturgiczne przewidziane na kolejne niedziele. Stronie towarzyszy mała fotografia autora a także znaki graficzne, mające na celu nie tyle zadanie ilustracyjne, co raczej graficznie porządkujące i ułatwiające ogląd strony. Mamy do czynienia z grafizacją słowa i obrazu (znak graficzny w połączeniu z cytatem), podporządkowanych przekazowi treści sakralnych (Słowo Boże). Grafika nie rozprasza, nie narzuca się uwadze adresata, nie dominuje przekazu, ale dyskretnie towarzyszy wędrowce poprzez tekst.

W „Tygodniku Powszechnym” aspekt wizualny w odniesieniu do treści religijnych budowany jest przede wszystkim za pośrednictwem fotografii prasowej (dokumentującej i symbolicznej). Trzeba pamiętać, iż większość publikowanych tutaj tekstów ma charakter publicystyczny, aspirujący do wyjaśniania bieżących wydarzeń religijnych lub kościelnych, nie zaś *sensu stricto* dotyczących bezpośrednio *Numinosum*. Obraz pełni wiele funkcji, a przede wszystkim przekazuje informacje, rozbudowuje tekst i bez wątpienia rości sobie ambicje do kierowania emocjami czytelnika (funkcje perswazyjna i impresywna). Wielkość obrazu przekłada się na wagę problemów poruszanych w artykułach, z reguły nie nakłania do religijnej aktywności i nie współtworzy sakralnych kontekstów rzeczywistości. Ma raczej na celu motywowanie do stawiania i formułowania odważnych, często dyskusyjnych intelektualnie pytań odnośnie do aktualnie zachodzących przemian we współczesnej świadomości religijnej i społecznej.

Nieco inaczej rozkładają się akcenty na łamach „Gościa Niedzielnego”. W tygodniku przeważa tematyka religijna poruszana za pośrednictwem stosownych odmian semantyki słowa i obrazu. Temu celowi służy strona wizualna wypowiedzi. Zainteresować znaczy tyle, co zastanowić się nad proponowaną tematyką, zatrzymać uwagę odbiorcy, wzbudzić refleksję, poruszyć, wewnętrznie, aby motywować do aktywności religijnej. Słowem ewangelizować za pośrednictwem przekazu prasowego, zgodnie z nauczaniem Kościoła.



Rys. 12. „Gość Niedzielny” 2015, nr 16.

Jednym ze sposobów inspirowania do refleksji wiary jest cykl „W ramach”, w którym historyk sztuki Leszek Śliwa prezentuje sztukę sakralną. Tym samym, reprodukując dzieła wybitnych twórców, nie tylko edukuje bezpośrednio odbiorcę, ale jednocześnie dowodzi wprost pozytywnego doświadczenia obecności obrazu w praktykach religijnych. To swoisty leksykon historii sztuki religijnej. Forma podawcza jest przystępna, rycinie – jak w powyższym przypadku – towarzyszy tytuł nadany ekfrazie, adres muzealny oraz krótki tekst komentarza. Słowo służy rozumieniu obrazu, objaśnia ukryte sensy i wydobywa je na powierzchnię znaczeń.

Fotografia w randze przedstawienia symbolicznego wykorzystana została do rozjaśniania znaczeń tekstów ewangelicznych w stałej rubryce czytań niedzielnych. Nagłówek „Uciszenie burzy na jeziorze” spaja całość wizualno-werbalną. Zamieszczonemu po lewej stronie fragmentowi Ewangelii św. Marka (Mk 4, 35-41), towarzyszy zdjęcie łodzi, właściwie małej łódki, o nazwie „Titanic”. Zastosowano kontrast. Określenie przywołuje na myśl sławetny brytyjski liniowiec, którego tragiczne losy powszechnie są znane, choćby za sprawą kultowego filmu. Można by powiedzieć, że każdy w jakiś sposób „przeżywa dramat własnego Titanica”.

Obraz podpowiada interpretację tekstu ewangelicznego, ale przede wszystkim porusza, przykuwa uwagę, zatrzymuje czytelnika, budzi emocje i tworzy nastrój dla refleksji, którą inspiruje. Służy Słowu. Wartościuje aksjologicznie słowo drukowane wykorzystując odniesienia pozareligijne, ogólnokulturowe do treści sakralnych. Sacrum przenika profanum, Boskie łączy z ludzkim w warstwie wizualnej i werbalnej. Przy tym obie strony równoważą się i wspierają kod wypowiedzi.



Rys. 13. „Gość Niedzielny” 2015, nr 25.



Rys. 14. „Gość Niedzielny” 2015, nr 24.

Rozmieszczenie tekstu na stronie i wielkość obrazu-fotografii wskazują na interpretację znaczenia wywiadu przeprowadzonego z historykiem o. Tomaszem Gałuszką OP. XVI-wieczne mury dominikańskiego klasztoru stanowią tło, w którego planie uwidoczniono sylwetkę bohatera rozmowy. Nagłówek „Ale średniowiecze!”, zapisany białą czcionką kontrastuje z kolokwialnym określeniem wieków średnich mianem „ciemnego średniowiecza”. Zamyśłem przekazu jest zerwanie z utartym i krzywdzącym stereotypem. Zadaniem strony wizualnej jest zapowiedzenie tematu odburzającego prawdę historyczną, ponadto wyeksponowanie części komunikatu słownego na temat stereotypowej oceny epoki.



Rys. 15 „Gość Niedzielny” 2015, nr 45.

I podobnie, jak miało to miejsce na łamach „Tygodnika Powszechnego”, tak i dziennikarze „Gościa Niedzielnego” wielokrotnie odnosili się do ważnego dla życia Kościoła wydarzenia, jakim był synod na temat rodziny. Dyskurs medialny jest jednak utrzymany w odmiennym tonie, jednakowo w warstwie wizualnej i werbalnej. Dominuje fotografia dokumentująca wydarzenie, którą podpisano „Papież Franciszek w rozmowie z biskupami podczas synodu o małżeństwie i rodzinie”. Ma ona istotne znaczenie w interpretacji i ocenie faktów synodalnych. Umieszczenie Franciszka, w centralnej pozycji, będącego w uścisku dłoni z jednym z uczestników obrad, poniżej obrazu Matki Boskiej, sugeruje atmosferę dialogu i zrozumienia w przestrzeni sakralnej. Wydzwięk wzmacnia tytuł „Synod. Pytania o owoce”. W leadzie analogicznie papież znajduje się w centrum – „należy trzymać się tego, co zostało zapisane w relacji końcowej i... cierpliwie czekać na słowo końcowe Franciszka, które rozwieje wątpliwości”.

Strona wizualno-werbalna pozostaje we wzajemnej harmonijnej relacji sensu, jej składowe dopełniają się wzajemnie i uwiarygadniają.



Rys. 16. „Gość Niedzielny” 2015, nr 13.

Tytuł tekstu „Papież jak trzeba” wraz z rysunkiem piuski papieskiej, opatrzonej komentarzem „Egzemplarz indywidualny – nie pasuje poprzednikom i następcom” tworzą spójną całość. Felietonom Franciszka Kucharczaka towarzyszą autorskie, komunikatywne rysunki prasowe. Wnoszą nową świeżą jakość do tekstu, ilustrują go, a zamieszczone pod tekstem drukowanym funkcjonują jako konkretna, celna i łatwa do zapamiętania wizualna pointa. Zebrane w zbiór mogą funkcjonować jako autoteliczne kolekcje wizualnych komentarzy.

Warto zauważyć, że w obu periodykach w odniesieniu do przekazu treści o tematyce religijnej lub sakralnej nie odnotowuje się typowej grafizacji słowa, nie stosuje się także infografiki. Infografiki pojawiają się, gdy mowa o problematyce naukowej, medycznej czy historycznej. Wynika to zapewne ze świadomości powagi przekazu medialnego w odniesieniu do podejmowanych zagadnień natury religijnej, duchowej czy ewangelizacyjnej.

Podsumowanie

Na podstawie zaproponowanych analiz jakościowych form wypowiedzi w przekazach medialnych obecnych na łamach dwóch reprezentatywnych periodyków, legitymizujących się jako katolickie, można stwierdzić, że na plan pierwszy wysuwa się współobecność słowa i obrazu oraz ich wzajemne relacje. Harmo-

nijne współlistnienie stanowi element konstytutywny przyjętych tu sposobów komunikowania.

Nowatorstwo i oryginalność rozwiązań polega na konkretnych realizacjach, które zmierzają do wizualizacji treści przekazu medialnego w dwóch relacjach wizualno-werbalnych (głównie okładki pism) i werbalno-wizualnych (poszczególne artykuły brane pod uwagę holistycznie). W omówionych przykładach wykorzystano cały wachlarz możliwości, jakie daje świadomość roli obrazu, a więc funkcję: pragmatyczną, perswazyjną i motywacyjną, poznawczą oraz nakłaniającą do aktywności religijnej. Dynamika form obrazowych oraz korelacja między tekstem a obrazem nie tylko intensyfikuje przekaz medialny, ale także wpisuje się w nurt nowoczesnej estetyki przekazu prasowego, a co za tym idzie podnosi jakość i atrakcyjność „nowego” języka komunikacji treści religijnych. Werbalna i wizualna płaszczyzna stanowi jednocześnie ważne narzędzie pośredniczenia w przekazie treści religijnych, ewangelizacyjnych i duszpasterskich.

Bibliografia załącznikowa:

- Bajerowa I., *Rola języka we współczesnym polskim życiu religijnym*, w: *O języku religijnym. Wybrane zagadnienia*, red. M. Karpluk, J. Sambor, Lublin 1988, s. 9-20.
- Domagała B., *Konserwatywny i liberalny dyskurs religijny w Polsce*, w: *Media i religia. Nowy kontekst komunikacji*, red. R. Sierocki, M. Sokołowski, A. Zduniak, Toruń 2016, s. 135-148.
- Drzewiecki P., *Teologia środków społecznego przekazu. Perspektywa rozwoju*, w: *Media na przełomie*, red. J. Szaniawski Józef, K. Marcyński, Warszawa 2011, s. 719 - 723.
- Hopfinger M., *Czy obraz wypiera słowo?* w: *Komunikacja wizualna w prasie i w mediach elektronicznych*, red. K. Wolny-Zmorzyński, W. Furman, J. Snopek, K. Groń, Warszawa 2013, s. 11-15.
- Knapiński R., *Biblia Pauperum – rzecz o dialogu słowa i obrazu*, „Nauka” 2004, nr 4, s. 133-164. http://www.pan.poznan.pl/nauki/N_404_09_Knapinski.pdf (12.06. 2017)
- Knapiński R., *Po co Kościołowi obrazy?* „Nauka” 2005, nr 3, s. 139-165.
- Lewek A., *Podstawy edukacji medialnej i dziennikarskiej*. Warszawa 2003.
- Lewek A., *Zarys problematyki Kościoła a media*, w: *Media na przełomie*, red. J. Szaniawski, K. Marcyński, Warszawa 2011, s. 212, 221-222.
- Ostafiński W., *Jak mówić o Bogu, by nas słuchano?* w: *Media na przełomie*, red. J. Szaniawski Józef, K. Marcyński, Warszawa 2011, s. 398-412.
- Pacula J., *Grafizacja i wizualizacja słowa w zapowiedziach medialnych*, „Media i Społeczeństwo” 2012, nr 2, s. 74-93. http://www.mediaispoleczenstwo.ath.bielsko.pl/art/074_pacula.pdf (12.06. 2017)
- Pasierb J. ST., *Pionowy wymiar kultury*, Kraków 1983.
- Rose G., *Interpretacja materiałów wizualnych. Krytyczna metodologia badań nad wizualnością*. Warszawa 2010, s. 19-48.
- Sikora S., *Fotografia między dokumentem a symbolem*, Izabelin-Warszawa 2004.

Netografia:

Papieska komisja do środków społecznego przekazu. 1971. *Instrukcja duszpasterska o środkach społecznego przekazu. Communio et progression*. <http://www.kns.gower.pl/stolica/communio.htm> [online]. [2017.06.01].

Streszczenie:

Wizualny aspekt przekazu medialnego stanowi często przedmiot refleksji zarówno w nauce o komunikowaniu, jak i na gruncie nauk teologicznych. Współobecność słowa i obrazu oraz ich wzajemne relacje stanowią element konstytutywny tygodników definiowanych jako katolickie. Nowatorstwo i oryginalność rozwiązań polega na konkretnych realizacjach, które zmierzają do wizualizacji treści przekazu medialnego w dwóch relacjach wizualno-werbalnych (głównie okładki pism) i werbalno-wizualnych (poszczególne artykuły brane pod uwagę holistycznie).

Dynamika form obrazowych oraz korelacja między tekstem a obrazem (fotografią) nie tylko intensyfikuje przekaz medialny, ale także wpisuje się w nurt nowoczesnej estetyki przekazu prasowego, a co za tym idzie podnosi jakość i atrakcyjność „nowego” języka komunikacji treści religijnych. Do grona najbardziej opiniotwórczych należy bez wątpienia katowicki „Gość Niedzielny” i krakowski „Tygodnik Powszechny”. Troska i dbałość o ten wymiar są nader widoczne w edycjach obu tygodników. Werbalna i wizualna płaszczyzna stanowi tu ważne narzędzie pośredniczenia w przekazie treści religijnych, ewangelizacyjnych i duszpasterskich.

Słowa kluczowe: media religijne, teologia, wizualizacja treści sakralnych, transformacja środków masowego komunikowania, opiniotwórcze tygodniki katolickie.

The visual aspect of the transmission of religious content
in the Polish Catholic press. From theory to practice
(on the example of „Gość Niedzielny” and „Tygodnik Powszechny”)

Summary:

The visual aspect of media coverage is the subject of reflection in communication science as well as in theology. The coherence of the word and the image and their relationship are constitutive elements of the Polish Catholic press. Innovation and originality of solutions consists in concrete realizations. New proposals are aimed at visualizing the content of the media. This concerns the visual-verbal relationships (mainly the cover of the writings) and verbal-visual (most articles). The dynamics of image forms and the correlation between text and image (photography) intensifies the media message and also fits in with the modern aesthetics of the press. One of the effects is the better quality and attractiveness of the „new” language of religious communication. Among the most opinion-forming Catholic writings in Poland are Katowice’s „Gość Niedzielny” and Cracow „Tygodnik Powszechny”. Care and attention to this dimension are evident in both editions. The verbal and visual plane is an important mediator in the transmission of religious, evangelistic and pastoral content.

Keywords: religious media, theology, visualization of sacred content, transformation of mass communications, opinion forming Catholic catagories.
