

Ks. Wojciech Turowski

WSD Łomża

KOMUNIKACJA SŁOWA BOŻEGO A KOMUNIKAT ZWROTNY

COMMUNICATING THE WORD OF GOD AND THE RETURN MESSAGE

Communication is the process of communicating of individuals, groups and institutions. Preaching the word of God is a special form of communication through the message communicated which is the homily and through the liturgical-sacramental context of this action. The sender of the homiletic message is God who makes use of the person of the preacher; the recipients are the members of the liturgical assembly, while human speech is the channel of communication. The article is an attempt to analyze the perception of those listening to the Word of God in the St. Raphael Kalinowski Parish in Elbląg. It focuses on modern preaching and how the return message plays an important role in the process of communication. The conclusions drawn are a material for further pastoral work.

Wstęp

„Komunikowanie jest procesem porozumiewania się jednostek, grup lub instytucji. Jego celem jest wymiana myśli, dzielenie się wiedzą, informacjami i ideami. Proces ten odbywa się na różnych poziomach, przy użyciu zróżnicowanych środków i wywołuje określone skutki”¹. Przepowiadanie słowa Bożego jest szczególną formą komunikacji, poprzez treść komunikatu – jakim jest orędzie Zbawienia – przekazywanego konkretnej grupie oraz wymiar sakramentalny tej czynności, gdyż dokonuje się ona w ramach liturgii Kościoła, a przez swój aspekt mistagogiczny ostatecznie prowadzi uczestników komunikacji do komunii przez

¹ B. Dobek-Ostrowska, *Podstawy komunikowania społecznego*, Wrocław 1999, s. 13.

słowo Boże i sakrament Eucharystii. Papież Paweł VI uważa, że mimo rozwiniętych różnych technik komunikacji społecznej przepowiadanie słowa Bożego posiada nadal szczególne znaczenie i nie można go zastąpić inną chociażby efektywniejszą metodą przekazu myśli. Trzeba powracać do prawdziwej sztuki głoszenia słowa Bożego, poszukując zasad, dzięki którym stałaby się ona prosta, przejrzysta, mocna i poważna².

Jeśli mowa o głoszeniu homilii, to podstawowymi elementami tego rodzaju komunikatu są nadawca – jest Nim Bóg, w którego imię i z Jego mandatu przepowiada homilista; następnie odbiorca komunikatu – słuchacz oraz przekazywana treść za pomocą kanału nadawczego, jakim jest mowa. Nadawca koduje, a odbiorca dekoduje – rozszyfrowuje kod i nadaje mu swoje znaczenie. Efekt dekodowania zależy od oczekiwań odbiorcy, jego obaw, własnego doświadczenia, środowiska, w którym żyje, czy języka, którym się komunikuje. Homilia jest dialogiem między podmiotami, które poszukują kontaktu z Bogiem i chcą go nawiązać podczas homilii. W komunikacji homiletycznej przepowiadający jest pierwszym, który spotkał Pana i chce się podzielić tym spotkaniem z innymi. Podobne doświadczenie mogą mieć odbiorcy; to tworzy dramaturgie komunikatu, którego końcowym efektem jest odpowiedź na słowo Boże, a która uzależniona jest od osobistego zaangażowania uczestników tego dialogu³. Tak więc na udaną komunikację podczas homilii wpływ ma sam kaznodzieja i jego sposób komunikowania treści homilii oraz odbiorcy, którzy wchodzi w interakcję ze słowem Bożym i przez nie komunikują się z samym Słowem. „Charles Chesterton postawił kiedyś pytanie: Co muszę zrobić, aby Karola nauczyć łaciny? Otrzymał odpowiedź. Naturalnie, łacinę. Nie – odrzekł Chesterton – muszę znać Karola”⁴. To za mało znać proces tworzenia homilii, główne prawidła egzegezy i tezy teologiczne, tak naprawdę dobra znajomość słuchaczy jest sprawą istotną w komunikacji słowa Bożego, gdyż gwarantuje skuteczność przepowiadania. Przekonany jest o tym ks. Leszek Kuc, który twierdzi: „Warunkiem skuteczności słowa Bożego jest, aby rzeczywiście nastąpiła komunikacja Boga z nami. Staje się tak, gdy słowo Boga głoszone przez nas jest po ludzku słyszalne i skuteczne (...) Jeśli słowo Boga nie zostanie dobrze wypowiedziane po ludzku, jeśli nie zostanie osiągnięty kontakt ze słuchaczem, to grozić nam będzie równie magiczne złudzenie jak tym, którzy sądzą, że wystarczy sprawować sakramenty święte, choćby ich nikt nie rozumiał, choćby nikt z nimi nie współpracował, bo i tak Pan Bóg będzie działał bez udziału ludzi, których zbawia. Na szczęście religia nasza nie ma charakteru magicznego. Zwraca się do człowieka, w jego świadomości, w jego rozumnych odruchach, w jego przede wszystkim dobrej woli”⁵.

² Por. Paweł VI, Encyklika *Ecclesiam suam* 90, 91.

³ Por. W. Chaim, *Kazanie jako komunikat*, [w:] W. Przyczyna (red.), *Fenomen kazania*, Kraków 1994, s. 106, 111.

⁴ J. Twardy, *Koncepcja pracy twórczej nad kazaniem*, Rzeszów 1998, s. 237.

⁵ L. Kuc, *Krótki traktat o teologii komunikacji*, Leszno k. Błonia 1997, s. 208.

Niniejszy artykuł jest próbą analizy percepcji słuchaczy słowa Bożego w parafii pw. św. Rafała Kalinowskiego w Elblągu, gdzie w dniach 3-6 kwietnia 2011 roku przeprowadzono badania za pomocą rozdanych ankiet i przeprowadzonego wywiadu. Badana grupa pod względem wiekowym wygląda następująco: 18-29 lat – 3%, 30-39 lat – 12%, 40-49 lat – 15%, 50-59 lat- 35%, 60-69 lat – 31%, 70 i więcej lat – 4%. Pod względem zróżnicowania płciowego, mężczyźni stanowili 20 % a kobiety 80 %. W badanej grupie wykształcenie wyższe posiadało – 38%, średnie – 42%, zawodowe 20%.

Parafia, w której przeprowadzono badania istnieje już 18 lat liczy ok. 7 tysięcy wiernych, jest parafią ludzi raczej młodych i w średnim wieku, regularnie praktykuje ok. 20-25% wiernych, którzy są zaangażowani w życie wspólnot działających przy parafii.

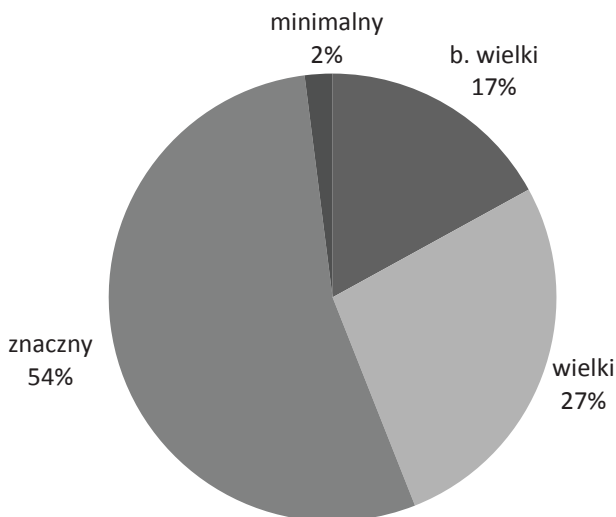
1. Odbiorca komunikatu

Spółczesność polskie jest zróżnicowane pod względem religijnym. Jest spora grupa, która ma ugruntowaną wiedzę o swojej wierze i identyfikuje się ze wspólnotą parafialną, nie brak i takich, którzy nie wiele mogą na ten temat powiedzieć zbytnio nie utożsamiają się z parafią i nie praktykują systematycznie, o czym informują coroczne badania praktyk religijnych przez różne ośrodki badań opinii publicznej. Badani słuchacze zaliczają się do pierwszej z wymienionych grupy. W grupie tej 69% uważa siebie za wierzących, a 31% bardzo religijnych, są oni systematycznie praktykującymi, taką odpowiedź podało (75%). Na taką postawę niewątpliwie ma wpływ przynależność do wspólnot działających przy parafii, taką przynależność do istniejących przy parafii wspólnot i ruchów katolickich, tj.: „Domowy Kościół”, „Służba Liturgiczna Ołtarza”, „Odnowa w Duchu Świętym”, „Bractwo Szkaplerzne”, „Krań Biblijny” zadeklarowało 70% ankietowanych. Na wysoki wskaźnik stosunku do wiary zapewne mają wpływ głoszone homilie, które kształtują wiarę słuchaczy. Diagram nr 1. ilustruje wpływ wysłuchanych homilii na własną religijność.

Dla 17% respondentów homilia ma bardzo wielki wpływ na własną religijność; 27% uważa, że wielki, zaś dla 54% homilia ma znaczny wpływ; tylko 2% uważa, że ich religijność nie jest zależna tak naprawdę od homilii, która może najwyżej mieć minimalny wpływ. O świadomości religijnej świadczy również rozumienie funkcji homilii i przekonanie, że homilia jest źródłem pogłębienia wiary, tak uważa 92% badanych; źródłem pokrzepienia duchowego 52% oraz środkiem informacji religijnych 7%. Dlatego wszyscy badani uważają, że homilia winna być głoszona na każdej Mszy św. w niedziele i święta, gdyż: „podkreśla świąteczność liturgii”; „jest nieodłącznym elementem Mszy św.”, „homilia pomaga zrozumieć odczytaną *Ewangelię*”, „msza bez kazania jest dla mnie niekompletna”, „potrzebna jest chociaż chwila zatrzymania się nad słowem Bożym, by wybrać słowo, które ma dla mnie Pan na cały dzień”, „kazanie, to jakby integralna część Mszy św.”, „homilia pogłębia

wiarę i daje wskazówki do życia”; „homilia skłania do refleksji na dany temat”, „homilia pomaga w zrozumieniu usłyszanego słowa *Pisma Świętego*”, „homilia powinna być, bo można coś z niej wynieść dla własnego życia”, „kazanie rozwija przeczytaną *Ewangelię*”, „homilia jest pokrzepieniem słuchaczy”.

Diagram 1. Wpływ wysłuchanych homilii na własną religijność.



Słuchacze homilii parafii św. Rafała Kalinowskiego w Elblągu potrafią konkretnie określić, czym jest homilia, ale również o czym chcieliby usłyszeć na homilii, potrafią podać swoje preferencje zakresu tematycznego homilii, które kształtują się następująco:

- biblijno-liturgiczne 42%
- dotyczące aktualnych zagadnień życiowych omawianych w świetle *Pisma Świętego* 79%
- apologetyczno-światopoglądowe 15%
- dogmatyczne 19%
- etyczno-obyczajowe 42%
- dotyczące bieżących spraw Kościoła 38%
- okolicznościowe 17%
- religijno-patriotyczne 17%
- społeczne 11%

Jak wynika z powyższych danych, respondenci mają potrzebę aktualizowania ich życia w świetle *Pisma Świętego*. Tak więc oczekują od przepowiadającego, by był interpretatorem ich życia, poruszając tematy z pola etyczno-obyczajowego oraz interpretując je w świetle *Biblii*. Charakterystyczne jest również zapotrzebowanie

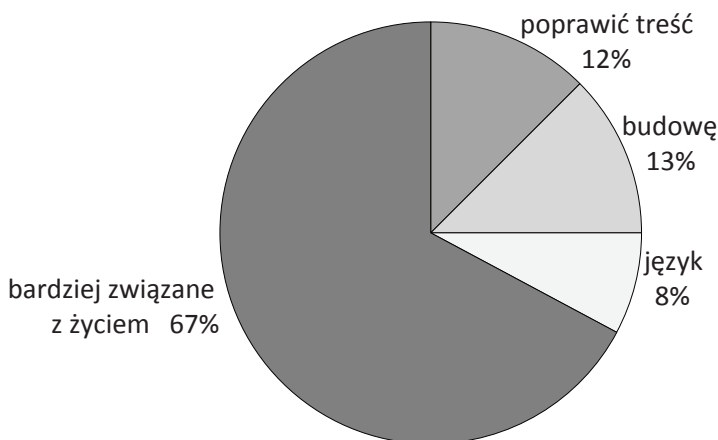
na homilie o tematyce dotyczącej bieżących spraw Kościoła, jak również homilie o tematyce biblijno-liturgicznej. Świadczy to o większej świadomości religijnej słuchaczy homilii w badanej wspólnocie parafialnej.

Z drugiej strony badana grupa darzy swych kaznodziejów zaufaniem; dla 65% respondentów kaznodzieja sam powinien dobrać tematy według swojego uznania, zaś 32% uważa, że powinien przeprowadzić uprzednio sondaż i liczyć się z głosami słuchaczy. Grupa ta proponuje realizację tego za pomocą tzw. skrzynki pytań, tak uznało 44% respondentów z tej grupy, 33% uważa, że taką współpracę można podjąć przy spotkaniach, podczas których czyta się *Pismo Święte* i każdy uczestniczący wypowiada swoje refleksje; pozostali zaproponowali inne sposoby („każdy sposób jest dobry”, „prywatne rozmowy”, „pisemne sugestie”, „duszpasterskie wizyty w rodzinie”, „poczta mailowa”).

Inną deklarowaną potrzebą świadczącą o świadomości religijnej słuchaczy jest potrzeba słuchania kazań katechizmowych, w których systematycznie będą omawiane podstawowe prawdy wiary. Taką potrzebę zadeklarowało aż 77% i uzasadniło to w następujący sposób: „Każdy katolik powinien znać prawdy wiary”, „systematyczne katechezy, owszem, ponieważ świadomość religijna jest nikła”, „dobre dla powtórki i aktualizowania prawd wiary”, „dla większej świadomości, bo większość ma wiarę tradycyjną”, „dla konfrontacji, bo często mam wątpliwości”, „na ciągle przypominanie i powtórkę nigdy za późno i nie za dużo”, „by mieć pełen obraz wszystkich prawd wiary”, „by odkrywać ich tajemnice”; dla większej konsekwencji w życiu osobistym”, „aby lepiej poznać Boga”. Tylko 8% było przeciwnego zdania uzasadniając, że „homilia to nie katecheza, powinna służyć pogłębieniu wymiaru duchowego”.

Respondenci, zapytani o odnowę współczesnego przepowiadania, zakreślili następujące odpowiedzi. Obrazuje to diagram nr 2.

Diagram 2. Aby odnowić kaznodziejstwo współczesne należy w homilii.



Słuchacze homilii parafii św. Rafała Kalinowskiego w Elblągu uważają, że za mało jest w nich aktualizacji, związania słowa Bożego z egzystencją słuchaczy (67%). Na drugim miejscu zwrócono uwagę na treść (12%) i budowę (13%), a na trzecim miejscu zauważono, że z językiem homilii (8%), też należało by coś zmienić.

2. Osoba przepowiadającego

Chrystus polecił głosić *Ewangelię* wszelkiemu stworzeniu. Nakaz głoszenia jest pierwszorzędnym i naturalnym posłannictwem Kościoła. Zadanie to spoczywa na biskupach, którzy z mocy święceń otrzymują władzę nauczania w Kościele. W realizacji tego zadania wspomagają ich kapłani i diakoni. Przepowiadający winien zadanie to wykonywać z entuzjazmem, gorliwością i radością, poświęcając się całym sercem⁶. Wiara dodaje odwagi i entuzjazmu w głoszeniu Dobrej Nowiny⁷. Od głosiciela, jego wiary i kwalifikacji wiele zależy – zbawienie wierzących⁸. Dlatego przepowiadanie jest „zgoła konieczne i jedyne w swoim rodzaju, i nic go nie może zastąpić”⁹ – naucza papież Paweł VI, a przepowiadający winien wystrzegać się niedbalstwa, bowiem od jego sposobu wypełniania zadania wiele zależy w procesie komunikacji słowa Bożego. Tak więc w komunikacji słowa Bożego istotnym ogniwem jest osoba przepowiadającego. „Kapłan powinien być pierwszym «wierzącym» w Słowo, w pełni świadomym, że słowa jego posługi kaznodziejskiej nie są „jego”, lecz należą do Tego, który go posłał. Nie jest on panem Słowa: jest Jego sługą. Nie jest jedynym posiadaczem tego Słowa: jest dłużnikiem Ludu Bożego”¹⁰. Dlatego głoszenie winno być świadectwem wiary i zażyłości homilisty z Duchem Świętym, świadectwem oddania swojego życia Jego działaniu, Który jest nadrzędnym podmiotem całej misji Kościoła¹¹.

Przepowiadanie słowa Bożego w badanej parafii jest procesem komunikacji jednostronnej. Specyfiką tej komunikacji jest przede wszystkim sposób oddziaływania przepowiadającego, jego stopień osobistego zaangażowania, bez możliwości bezpośredniego *feedbacku* ze strony słuchaczy. Co nie oznacza, że odbiorca w prawidłowym przebiegu kazania nie uzewnętrznia reakcji na kierowane doń komunikaty. Sprzężenie zwrotne umożliwia współtworzenie homilii przez przemawiającego i słuchacza. Stopień *feedbacku* bywa różny, od nieświadomych gestów mimicznych, aż do świadomych zwrotnych informacji¹². W takim typie komunikacji ważną rolę odgrywa osoba nadawcy, która powinna się starać przekazać informacje, wpłynąć na emocje i zachowanie słuchacza z najmniejszym

⁶ Por. Paweł VI Adhortacja apostolska *Evangelii nuntiandi* (EN) 1, 43.

⁷ Por. Jan Paweł II, Encyklika *Redemptoris missio* (RM) 24.

⁸ Por. 1 Kor 1, 21.

⁹ EN 5.

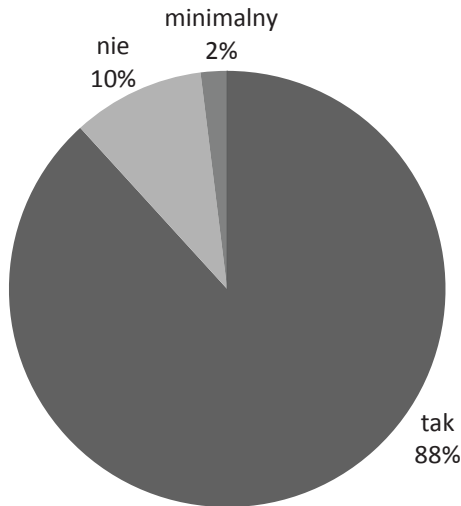
¹⁰ Jan Paweł II, Adhortacja apostolska *Pastores dabo vobis* 26.

¹¹ RM 21.

¹² Por. W. Chaim, *Kazanie...*, dz. cyt., s. 112.

współczynnikiem szumów, które mogą zakłócić jej dekodowanie¹³. Dlatego istotny jest tu kontakt wzrokowy, spokojne spojrzenia nadawcy na odbiorców. Nie ma mowy o odczytywaniu nerwowym tekstu homilii i nieinteresowaniu się, tymi, których skazujemy na taką formę przekazu. I gdyby nawet się faktycznie dobrze postarał, to może się zdarzyć i jak słusznie zauważył niemiecki psycholog Konrad Lorenz, który stwierdził: „To co powiedziane nie musi być wysłuchane, usłyszane nie musi być zrozumiane, zrozumiane nie musi być zaakceptowane, zaakceptowane nie musi być zastosowane, zastosowane nie musi być utrwalane”. Niemniej, by słowo Boże było wysłuchane, zrozumiane i by znalazło trwałe zastosowanie w życiu, w procesie tym, ważną rolę do spełnienia ma osoba przepowiadającego. Badana grupa potwierdza to, co ilustruje diagram nr 3.

Diagram 3. Wpływ wysłuchanych homilii na własną religijność.



Dla 88% badanych na odbiór kazania ma wpływ osobowość samego mówcy. Co dziesiąty badany uważał, że nie ma wpływu. Badana grupa potrafi wskazać co, się w osobowości dotychczas spotykanych kaznodziejów podobało, a co się nie podobało.

Podobało się: „gdy miał coś ważnego do powiedzenia”, „moc słowa”, „nawiązanie szybkiego kontaktu ze słuchaczami”, „szczerze wypowiedzi i naturalność”, „prosty język i różnorodność argumentacji”, „podawane przykłady z życia”, „umiejętność zainteresowania słuchaczy”, „szacunek do słuchaczy i wyrozumiałość”, „czytelność osobowości i jasność wypowiedzi”, „głębia poruszanego tematu”, „bezpośredni kontakt ze słuchaczami i ciekawy sposób przekazu”, „przystępne

¹³ Por. Z. Grzegorski, *Kaznodzieja w modelu komunikacji*, [w:] W. Przyczyna (red.), *Sługa Słowa*, Kraków 1997, s. 197.

i zrozumiałe słownictwo”, „spontaniczność”, „trafne argumenty poparte *Pismem Świętym*”, „przykłady z literatury”, „wcielanie wygłoszonej nauki we własne życie”, „mówienie z serca”, „łatwość wysławiania się”; „radość z życia”, „otwartość, wiara i mądrość kaznodziei oparta na słowie Bożym”, „sposób przekazywania wiary i dostosowania do współczesnego życia”, „donośny głos”, „zrozumiałość”, „dobrze przygotowane kazanie”, „zaangażowanie w przekazywaną treść”, „charyzma”, „płynna i swobodna mowa”, „akcentowanie ważnych tematów”, „zdecydowany mocny ton”; kulturalny i inteligentny trafia do mojego sumienia”, „stosowny dowcip”, „stosowanie środków dydaktycznych”, „podoba mi się, gdy kaznodzieja rozumie słuchaczy, ich problemy i zagrożenia życia” (6 osób).

Nie podobało się: „politykowanie” (5 osób), „nadmierne odwoływanie się do patriotyzmu i do religii, a nie do wiary”, „czytanie kazań”, „dłużyzna i brak spójności wypowiedzi”, „górnolotność”, „brak zaangażowania, monotonia”, „usypiający ton”. „homilia oderwana od życia”, „smutek w przekazie”; „zbyt długie i o tym samym”.

Na postawione pytanie: jakimi cechami powinien się odznaczać współczesny kaznodzieja? Podano następujące odpowiedzi: „Darem mowy i wiedzy religijnej”, „utrzymywać kontakty z wiernymi na co dzień”, „szczerą modlitwą i chęcią służenia radą”, „winien kochać ludzi”, „darem mowy”, „twórczy i wykazujący się nowoczesnymi technikami przekazu”, „kulturalny, inteligentny i czytany”, „mówiący treściwe kazania”, „dawać przykład”, „wiedzą, piękną wymową i formą przekazu”, „swobodą i radością”, „znajomością zagadnień z filozofii, psychologii i teologii”, „nawiązujący do współczesności”, „z charyzmą”, „być wierny Prawdzie, ale otwarty dla tych, którym z Panem Bogiem nie po drodze”, „prosty, czytelny język wypowiedzi”, „żeby nie czytał cudzych tekstów”, „dogłębną znajomością *Pisma Świętego* i jego interpretacją”, „osobistą głęboką i ufną wiarą w moc Boga”, „kulturalny, dający dobry przykład”, „otwarty na problemy słuchaczy i umiejący przybliżyć słowo zbawienia”, „posiadający dar wymowy”, „wyrozumiały dla ludzi”, „utożsamiający się z ludźmi”, „komunikatywny”, „otwarty do ludzi, a szczególnie do młodzieży i dzieci”, „powinien głosić głębokie, a zarazem niedługie kazania”, „mieć dobrą dykcję”, „trafiać do serca słuchaczy”, „wierzący i czystego serca, kochający ludzi i Boga”, „posiadający uporządkowane relacje do ludzi, chętny do pracy”, „skromny i pomysłowy”, „życzliwy i obiektywny”, „konkretny, stanowczy, pewny i uduchowiony”, „zasłuchany w to, co mówią inni”, „przewodnik w drodze do Pana”, „powinien umieć powiązać tajemnice z *Biblii* z rzeczywistością”, „nie być zarozumiałym”, „poruszający sumienia ludzi”, „wiarygodnym, nieudającym kogoś, kim nie jest”, „wiedza i komunikatywność”, „znający problemy słuchaczy”, „komunikatywny”, „posiadający umiejętność zwięzłego wypowiadania się”.

Jak widać z przeprowadzonego badania odbiorcy homilii potrafią wiele dostrzec w osobach przepowiadających i w homiliach, które przekazują, oraz potrafią zwerbalizować swoje oczekiwania. „Dekret o posłudze i życiu kapłanów” Soboru

Watykańskiego II zachęca duszpasterzy, by „chętnie słuchali świeckich, rozpatrując po bratersku ich pragnienia i uznając ich doświadczenie i kompetencję w różnych dziedzinach ludzkiego działania, by razem z nimi mogli rozpoznać znaki czasów” (DK 9).

3. Przekaz komunikatu homilijnego

Z przekazem komunikatu homilijnego związanych jest wiele czynników, od których uzależniona jest optymalna komunikacja. Przepowiadanie słowa Bożego w ramach liturgii ma formę homilii lub kazania, gdzie przepowiadający przekazuje komunikaty orędzia zbawczego, które mają funkcje performatywną. Jednak należy wiedzieć, że w dużym stopniu komunikat jest wytworem odbiorcy, a nie nadawcy, gdyż homilista do końca nie wie, w jakim stopniu dociera do słuchaczy to, co komunikuje i jaki wywołuje efekt. Często reakcje odbiorcy homilii są trudne do uchwycenia. Dlatego ważne jest badanie i analizowanie sprzężenia zwrotnego, stawianie pytania typu: „Jaki jest odbiór mojej homilii? Co dotarło do słuchaczy homilii?”, „Czy jasno się wyraziłem?” i ciągle czuwanie nad przekazem komunikatu homilijnego. Tak więc istnieje ścisła relacja między tym, „co i w jaki sposób to przekazuję” a „jak zostanie to odebrane, co tak naprawdę dotarło do odbiorcy”.

Z przekazem komunikatu związany jest jego odbiór. Jest to złożony proces, na który składa się: spostrzeganie, interpretowanie zgodnie z własnym doświadczeniem i rozumieniem oraz odczuwanie, jako odpowiedź na to, co zostało spostrzeżone i zinterpretowane. Odbieranie komunikatu to splot tych procesów, których nie sposób rozdzielić. Przeszkodą w odbiorze przekazywanego komunikatu mogą być fantazje, jakie tworzymy na usłyszany temat, tyżące się osób, opinii, u podstaw których nie leży dające się ustalić spostrzeżenie. Dlatego wymagana jest w komunikacji odpowiedzialność odbiorcy komunikatu za własne reakcje i nieprzerzucanie ich na inne podmioty interakcji, w przypadku homilii jest to zgromadzenie liturgiczne¹⁴.

W komunikacji przeszkodą jest zjawisko szumu. Są to wszelkiego rodzaj czynniki, które przeszkadzają do zaistnienia procesu komunikacji. Mogą być to szумы zewnętrzne, np. odgłosy z ulicy, kichnięcie lub szумы wewnętrzne, np. ból zęba, jakieś zmartwienie, czy zwykłe rozkojarzenie. Dlatego wymagane jest wcześniejsze przygotowanie się. Od przepowiadającego wymagane jest zapoznanie się z miejscem głoszenia słowa Bożego, sprawdzeniem mikrofonu, który będzie kanałem informacyjnym, zapoznaniem się z odbiorcami komunikatu i najistotniejsze jest przemyślenie, w jaki sposób zakoduje przygotowany tekst homilii, a więc w jaki sposób przekaże ją, by była zrozumiała dla odbiorcy. Mowa jest tu o informacyjnej, emotywniej oraz symbolicznej funkcji języka. Problemem jest tu zrozumiałość i przejrzystość przekazu, od której uzależniony jest proces dekodowania,

¹⁴ Por. W. Chaim, *Kazanie...*, dz. cyt., s. 109-110.

czyli interpretacja przez odbiorcę otrzymanego przekazu. Należy pamiętać, że odbiorca dokonuje interpretacji zakodowanego komunikatu według własnego filtra percepcyjnego i akceptuje to, co jest zgodne z jego opinią. Mówimy o udanej komunikacji, gdy kodowane informacje w procesie odkodowania zachowują to samo znaczenie, z jakim zostały nadane przez kodującego¹⁵. Dla prawidłowej komunikacji wymagane jest przygotowanie się również odbiorców – optymalnego wyciszenia, skupienia, zachowywania się tak, by innym nie zakłócać odbioru homilii. Tak więc między homilistą i słuchaczami tworzy się kanał informacyjny, jest to sposób prezentacji komunikatu homilijnego, w przypadku przepowiadania liturgicznego ma formę ustną, czasami może być wzmocniany wizualizacją multimedialną. Jeszcze raz warto podkreślić, by doszło do udanej komunikacji słowa Bożego, potrzeba jest rzetelnego przygotowania komunikatu, jakim jest tekst homilii, ale również należy badać opinię słuchaczy, do czego zachęca ks. Jan Twardy w swojej książce pt. *Aktualizacja słowa Bożego w kaznodziejstwie*, Przemysł 2009 rok.

Badaną grupę zapytano o przekaz homilii, na który składają się: komunikowane treści, gestykulacja, głos i czas trwania homilii.

Istotą komunikacji jest przekazanie informacji, a więc chodzi tu o przekazywaną treść, którą w przypadku homilii kerygmat, Dobra Nowina, którą ma dla nas Jezus Chrystus. Przepowiadający ma swoim przekazem doprowadzać słuchaczy do skomunikowania się ich z Bogiem, Który teraz do nich mówi. Przekazywanie tej właśnie treści ma doprowadzić odbiorców homilii do *communio* z Bogiem, co jest celem przepowiadania. Jest to możliwe, gdyż homilia jest integralną częścią liturgii Kościoła, w niej jest zawsze obecny Chrystus, jak uczy Sobór Watykański II, który dodaje, „że Chrystus jest obecny w swoich słowach. On bowiem sam mówi, gdy w Kościele czyta się *Pismo Święte*”¹⁶. Przez funkcję aktualizacyjną i mistagogiczną homilia jest niejako przerzucaniem pomostów między współczesnymi słuchaczami słowa Bożego a Bogiem. Dlatego przekaz homilii musi być odpowiedni. Autor – J. H. Prado Flores pisze o „zapale do głoszenia” *Ewangelii*, który jest żarem serca, ciągłym niepokojem, pragnieniem, aby wszyscy poznali i umiłowali Jezusa Chrystusa¹⁷. Komunikacja słowa Bożego to głoszenie *Ewangelii*, które jest zawsze czerpaniem ze źródła dobrej i radosnej nowiny o zbawieniu. Aby interesująco głosić miłość Boga do ludzi, potrzeba, by komunikat odznaczał się nowatorską, odkrywczą treścią, aby oświeceni nią słuchacze zostali poruszeni i by podjęli radykalną zmianę, do której wzywa usłyszane Słowo. Chodzi o to, by nie zmarnować zbawczej okazji, by uszanować czas, który kaznodziei oddaje słuchacz do dyspozycji. Nie wolno zapomnieć o destruktywnym działaniu sza-

¹⁵ Por. A. Malinowska, *Ogniwa procesu komunikacji społecznej i ich znaczenie zakłócenia w komunikacji*, [w:] <http://www.edukacja.edux.pl/p-6388-komunikacja-spoeczna.php> (odczyt z dn. 2 września 2011 r.).

¹⁶ KL 7.

¹⁷ Por. J. H. Prado Flores, *Jak ewangelizować ochrzczonych*, Łódź 1993, s. 8.

tana. „Do każdego, kto słucha słowa o królestwie, a nie rozumie go, przychodzi Zły i porywa to, co zasiane jest w jego sercu” (Mt 13, 19). Dlatego ważna jest treść homilii, jak również jej przekaz, by nie dać pola szatanowi, który zasiewa niewiarę i przeszkadza w zbawczej misji słowa Bożego¹⁸.

Język kaznodziejski powinien przede wszystkim być mową żywą, którą charakteryzuje język poglądowy, opisowy i symboliczny. Cechą języka symbolicznego jest to, że stosuje pewne skróty, odsyła do rzeczywistości, która ją symbolizuje. Symbol jest nośnikiem pewnych treści. Dlatego, co masz powiedzieć w kilkudziesięciu zdaniach, przekaz to przez symbol. Pod względem skutecznej komunikacji obrazowość przekazu – stosowanie metafor i symboli – służy przełamaniu monotonii wywodu, ułatwia zapamiętanie oraz jest pouczająca przez zastosowanie *exemplum*, które jest symbolicznym ilustrowaniem wypowiedzianej treści. Przykład, czy metafory posiadają wielką siłę integrującą właściwą obrazowi czy symbolowi i tę siłę przenoszą na płaszczyznę języka¹⁹. Znany niemiecki teolog Rolf Zeffass zauważa, że niedostatkim współczesnych homilii na płaszczyźnie przekazu jest niedostateczna obrazowość. Kazania są męczące, bo podsuwają jedynie coś do przemyślenia, a nic do obejrzenia²⁰.

Wśród badanej grupy 79% słuchaczy woli homilie ilustrowane przykładami, pozostali nie mają zdania. Potrzebę przykładu uzasadniają następująco: „homilia jest bardziej przekonująca”, „przykłady utrwalają treść kazania”, „lepiej zapamiętuje się homilię”, „łatwiej zrozumieć treść”, „przykłady wzmacniają wypowiedź”, „homilia jest łatwiejsza i atrakcyjniejsza w odbiorze, jednak przykład musi być prawdopodobny, nie banalny”, „przykład trafia do wyobraźni i łatwiej się zapamiętuje kazanie”, „przykład porusza sumienie”; przykład tak, ale z umiarem nie za dużo”, „ale tylko 1-2 przykłady”, przykład tylko z życia wzięty”, „przykład ilustruje pewne treści”, „przykłady uczą nas, jak żyć na co dzień”.

Jeśli mowa o wzbogacaniu treści komunikatu przez zastosowanie symboli, metafor czy pouczających przykładów zapytano badaną grupę: Skąd homilista powinien czerpać przykłady do homilii? Odpowiedzi obrazuje diagram nr 4.

Zapytani o źródło pochodzenia przykładów, badani wskazali: *Pismo Święte* 37%, aktualne życie 35%, dzieje Kościoła 19%, literaturę piękną 5% i historię powszechną 4%. Słuchacze homilii parafii św. Rafała Kalinowskiego w Elblągu cenią *Pismo Święte*, z którego chcą, by kaznodzieje czerpali przykłady. W ogóle lubią, by w homilii często cytować *Biblię*, tylko 4% było temu przeciwna, 12% nie miało zdania, a twierdząco odpowiedziało 84% uzasadniając następująco: „bo zadziwia mnie aktualność i trafność słów *Pisma Świętego*”, „zauważam ile Pan Bóg pozostawił nam treści”, „wtedy czuję, że sam Pan przemawia do mnie”, „cytaty z *Biblii* nigdy nie nudzą, a za każdym razem niosą coś zaskakującego”.

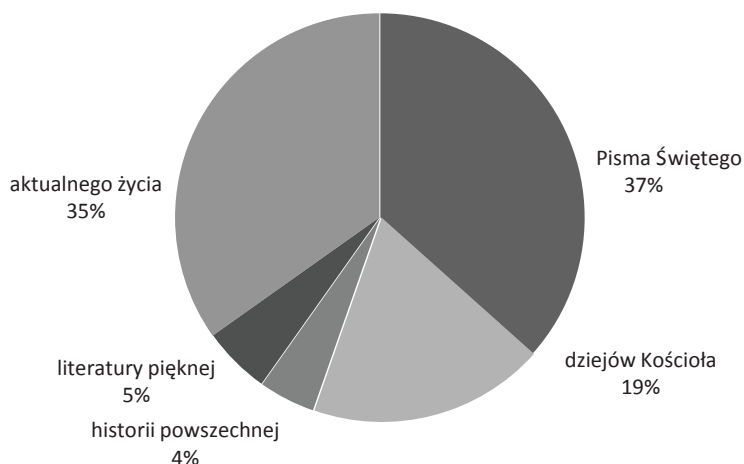
¹⁸ Por. J. Twardy, dz. cyt., s. 339-345.

¹⁹ Por. R. Zeffass, *Od aforyzmu do kazania*, Kraków 1995, s. 152.

²⁰ Por. Tamże, s. 147.

„w nich słyszę słowa Jezusa skierowane do mnie”, „ważne fragmenty utrwalają się bardziej”, „*Pismo Święte* jest źródłem wiary, warto nim się karmić”, „*Pismo Święte* zawiera mądrość, dlatego warto po nie sięgnąć”.

Diagram 4. Przykłady do homilii powinny być z:

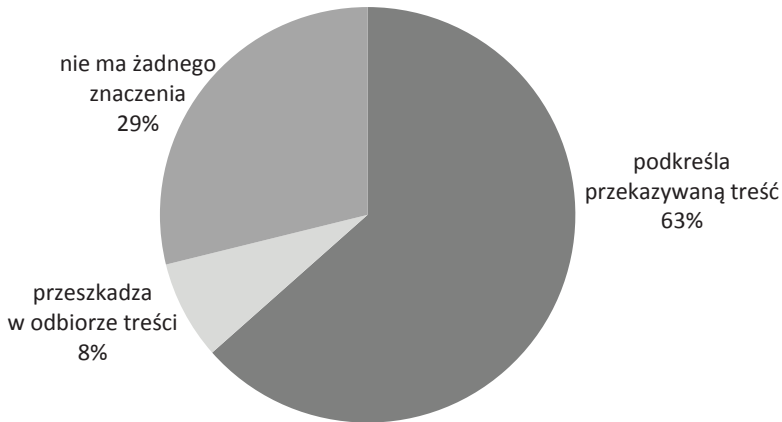


Ważne dla słuchaczy jest i to, by przykłady były z życia wzięte, by aktualizowały usłyszane słowo Boże; taką potrzebę zadeklarował co trzeci badany.

Komunikacja to przekazywanie komunikatów werbalnych w odpowiednim stylu przy użyciu odpowiedniego tonu głosu oraz przekazywanie komunikatów niewerbalnych, które obejmują: wygląd fizyczny, ruch ciała, gesty, wyraz twarzy, ruch oczu, dotyk, głos oraz sposób wykorzystywania czasu i miejsca w komunikowaniu się. Komunikacja niewerbalna wspomaga komunikację werbalną przez ilustrowanie wypowiedzi, nawet ją uprzedza. Gesty rąk podczas mówienia wzbogacają treść naszego przekazu. Gesty kreślą kształty przedmiotów, oddają ruch, odległość, zdradzają emocje, segmentują wypowiedź. Gesty w komunikacji winny być zsynchronizowane z kanałem werbalnym, w przeciwnym razie takie gesty niezsynchronizowane rozpraszają uwagę odbiorcy, zakłócają odbiór i utrudniają zrozumienie przekazu lub mogą zerwać komunikację przez wysyłanie sprzecznych komunikatów. „Przez kanał werbalny przechodzą tak zwane niezbite fakty, a przez kanał niewerbalny transportowane jest to, co ostatecznie chcemy przekazać, dołączając do argumentacji postawę, mimikę, gest i nastrój”²¹. Diagram nr 5 obrazuje wpływ gestykulacji na odbiorcę homilii.

²¹ L. Tkaczyk, *Komunikacja niewerbalna*, Wrocław 1999, s. 8.

Diagram 5. Gestykulacja podczas homilii.



Dla 63% badanych gestykulacja podkreśla przekazywaną treść, dla 29% nie ma żadnego znaczenia, a 8% przeszkadza w odbiorze treści. Jak wynika z diagramu, co szósty ankietowany docenia niewerbalną komunikację stosowaną przez przepowiadającego słowo Boże, a co trzeci nie ma na ten temat zdania, zaś pozostałej grupie gestykulacja podczas homilii przeszkadza w odbiorze treści. Warto, by pogłębić studium tego zjawiska, stawiając dalsze pytania.

Przekaz komunikatu homilijnego podczas liturgii wiąże się z użyciem głosu, który jest instrumentem mowy, który sprawia, że przygotowany tekst homilii ożywa, nabiera rumieńca emocji, dociera do uszu słuchaczy, milknie, to znów rozbrzmiewa, oddziałując na wolę, rozum, zmysły odbiorcy. Głosem posługujemy się na co dzień, w codziennej komunikacji wywierając wpływ na innych. Aby komunikacja osiągnęła zamierzony cel, nadawca komunikatu powinien przekazać go w odpowiednim stylu, na który składa się szata językowo-stylistyczna wypowiedzianej treści komunikatu, ton głosu, czyli jego barwa brzmienia (ciepły, miękki, łagodny, melancholijny, płaczący, ostry, ironiczny, naturalny, podniosły) i jego modulacja, jak również tempo wypowiedzi²². Naturalność i swoboda to cechy dobrej komunikacji, którą charakteryzuje styl potoczny, najbardziej powszechny, właściwy i znany człowiekowi. Jest to język najprostszy, dobrze znany człowiekowi, o najszerszym uzusie oraz związany jest z codzienną komunikacją. Odpowiednikiem tego stylu w retoryce jest styl prosty. Wymaga niewyszukanych, komunikatywnych słów²³. Styl potoczny (prosty) charakteryzuje się naturalnym, charakterystycznym dla danej osoby tonem wypowiedzi. Respondenci zapytani: czy wolisz słuchać kazań wygłaszanych językiem: potocznym,

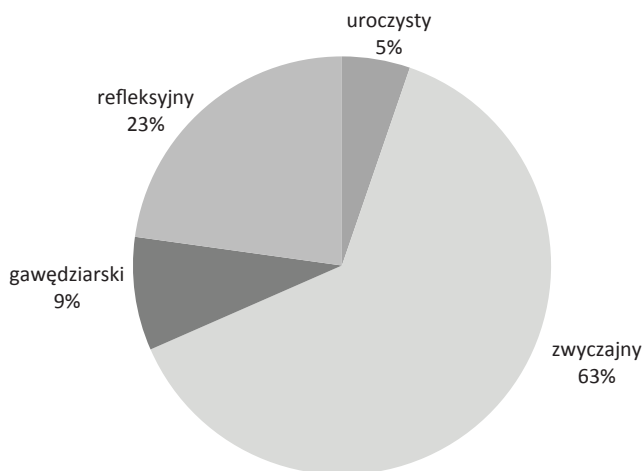
²² Por. Ton, [w:] B. Dunaj (red.), *Słownik współczesnego języka polskiego*, Olsztyn 1996 t. 2, s. 329.

²³ Por. *Styl potoczny*, [w:] M. Derwojedowa, H. Karaś, D. Kopcińska (red.), *Język polski – kompendium*, Warszawa 2005, s. 568; M. Korolko, *Sztuka retoryki, Przewodnik encyklopedyczny*, Warszawa 1990, s. 53.

literackim, gwarowym, żargonem młodzieżowym? W 88% wybrali język potoczny, 17% wybrali język literacki, a 2% zakreślili żargon młodzieżowy. Charakterystyczne jest, że nikt nie wybrał języka gwarowego.

Ton głosu w czasie trwania rozmowy nie powinien być ani zbyt silny, ani zbyt cichy, ważna jest bogata intonacja oraz wyraźna, lecz nieprzesadna artykulacja. Wysokość głosu, barwa, rytm oraz umiejętna modulacja pozwalają odczytać, kiedy wypowiedź jest przyjazna, a kiedy złośliwa, kiedy wypowiedziana jest naturalnie, a kiedy na podwyższonym tonie zdradzającym nasze emocje. Warto pamiętać, że na odbiór naszego słownego komunikatu składa się: wrażenie, jakie robimy na odbiorcach – 55%, ton głosu – 38%, a treść stanowi 7%. Jeśli wrażenie na odbiorcach jest takie ważne jak i ton głosu, to warto dbać o to, by nie były one przeszkodą w procesie komunikacyjnym. Badana grupa została zapytana, w jakim tonie wolą słuchać homilii, udzielone odpowiedzi obrazuje diagram nr 6.

Diagram 6. Ton mówiącego homilii powinien być:



Jak obrazuje diagram nr 6. 63% respondentów woli ton zwyczajny, 23% woli ton refleksyjny charakteryzujący się spokojnym, stonowanym głosem oraz poszukiwaniem rozwiązań na wielu płaszczyznach życia, jest on przejawem własnych przemyśleń, retrospekcji. Refleksja to stawianie pytań i szukanie odpowiedzi. Rolą kaznodziei jest wskazywanie, gdzie taki skarb i gdzie słuchacze mogą go odnaleźć²⁴; 9% wybrało ton gawędziarski, który charakteryzuje się swobodą wypowiedzi, ciepłymi barwami głosu, humorem i radością życia, wypowiedź taka nacechowana jest dygresjami, wtrąceniami, miejscami przechodzącymi w nieuporządkowany wywód; tylko 5% woli ton uroczysty, który charakteryzuje się ciemniejszym zabarwieniem głosu, podniesłym tonem i spokojną artykulacją, wypowiedź

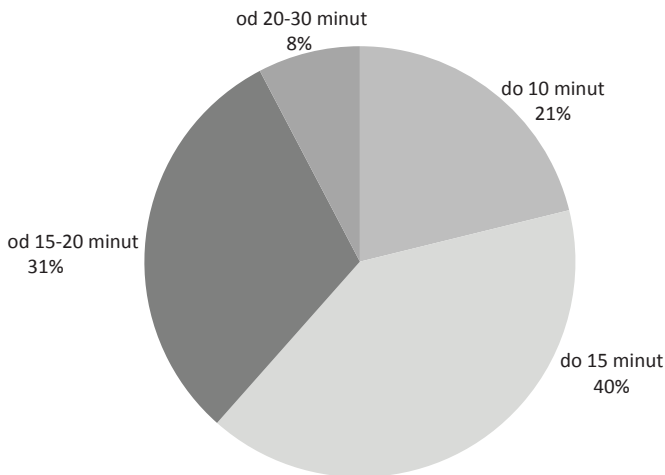
²⁴ Por. E. Staniek, *Z kaznodziejskiego warsztatu*, Kraków 2002, s. 53.

nacechowana jest oficjalnymi zwrotami grzecznościowymi podającymi godności i urzędy osób, podniosłą, patetyczną i poważną konwencją.

Każdy komunikat jest nadawany w czasie. Rodzi się pytanie, ile trwać powinien komunikat homilijny? Zapewne wielu znawców komunikacji społecznej będzie wyznaczało różne granice, jedni do kilku minut, inni rozszerzą czas do kilkunastu minut²⁵. Niewątpliwie zależne jest to od percepcji odbiorców komunikatu, okoliczności, w jakich go się wygłasza, oraz umiejętności – charyzmy mówcy. Jak widać z poniższego diagramu odbiorcy homilii parafii św. Rafała Kalinowskiego w Elblągu wolą homilie do 15 min. (40%), 15-20 min. (31%), 10 min. 21%, a ci którzy mają czas i większą potrzebę przepowiadanego słowa Bożego zadeklarowali, że wolą homilie 20-30 min. (8%). Czas trwania homilii ilustruje poniższy diagram nr 7.

Warto uwzględnić takie sygnały respondentów i przestrzegać ram czasowych, by to, co się osiągnęło w 15 minutach wystąpienia, nie zatracić w kolejnych. Dobrze jest pamiętać, że wszystkiego nie muszą i nie da się powiedzieć, a lepiej pozostawić niedosyt u słuchaczy, z westchnieniem: „szkoda, że skończył”, niż przesytny, ze znużonym stwierdzeniem: „wreszcie przestał nudzić”.

Diagram 7. Czas trwania homilii:



Zakończenie i wnioski

Komunikacja słowa Bożego, to porozumienie Boga z człowiekiem, urzeczywistniające się w porozumieniu homilisty ze słuchaczami przez ustny przekaz

²⁵ I Synod Diecezji Opolskiej (80), Komisja ds. Kultu Bożego i Dyscypliny Sakramentów Episkopatu Polski, <http://www.kkbids.episkopat.pl/anamnesis/10/1.htm> (odczyt z dn. 3 września 2011 r.), zaleca, by homilia niedzielna trwała 10-15 min.

słowa Bożego wzywający do odpowiedzi²⁶. Celem jest budowanie wiary słuchaczy, nawiązanie osobistej relacji – *communio* – człowieka z Bogiem. Komunikacja słowa Bożego jest złożonym procesem, który wymaga pewnego wysiłku ze strony przepowiadającego, jego kompetencji homiletycznej, naturalnej komunikatywności, czyli efektywnego przesyłania informacji między nadawcą i odbiorcą, na co wpływa uwzględnienie komunikatów zwrotnych²⁷. Tak więc nie ma dobrej komunikacji bez zwrotnej komunikacji.

Homilista, jako „Boży nadawca komunikatu”, winien być świadom spełnianej służby wobec Słowa, którym karmi się Kościół przy stole słowa Bożego podczas liturgii, budując swą wiarę. To od jego umiejętności homiletycznych, jego wiary i sposobu wypełniania misji głoszenia *Ewangelii*, Dobra Nowina dociera do słuchaczy jako ciągle aktualne słowo zbawienia. Chodzi o to, by przekaz był dostosowany do słuchaczy pod względem treści, sposobu i formy. Dlatego ważną jest sprawą, by kaznodzieja traktował każdego słuchacza jako pełnowartościowego człowieka, z całą powagą, szanując jego godność i służebnie wypełniając swe posłannictwo, licząc się z jego zdaniem, poglądem na pewne sprawy²⁸. Stosunek przepowiadającego do słuchaczy można odczytać w sposobie przekazywanej treści, tonie głosu, w wyrazie twarzy, spojrzeniach, w gestach. Tak więc warto od czasu do czasu pozwolić być poddanym ocenie ze strony odbiorców komunikatów homiletycznych, do czego zachęcają nas „Dekret o posłudze i życiu kapłanów” i eksperci z dziedziny homiletyki i komunikacji społecznej. Wszystko to, by być skuteczniejszym, aby działalność pastoralna przynosiła większe owoce.

Badana parafia św. Rafała Kalinowskiego w Elblągu jest wspólnotą w duchu Soboru Watykańskiego II, który naucza, że wspólnota parafialna urzeczywistnia zjednoczenie się z Chrystusem przez sakramenty i wspólnotę wierzących, a Kościół jest ciągle przynaglany przez działanie Ducha Świętego, aby stawał się bardziej wspólnotowy²⁹. „Parafia jest niejako ostatecznym umiejscowieniem Kościoła, a poniekąd samym Kościołem zamieszkującym pośród swych synów i córek”³⁰.

Przeprowadzona ankieta badająca percepcję wygłoszonych homilii w tej wspólnotcie daje obraz komunikatu zwrotnego, którego wnioski niech posłużą duszpasterzom tej parafii w pracy pastoralnej.

Warto zauważyć zależność istniejącą między deklarowaną wiarą (75% systematycznie spełnia praktyki religijne), a zaangażowaniem w ruchy i stowarzyszenia działające przy parafii (udział zadeklarowało 70%) oraz zaufaniu, jakim słuchacze

²⁶ J. Prac, *Uwarunkowania homiletycznej komunikacji*, [w:] *Roczniki Teologiczne* 41/1994 z. 6, s. 36-40.

²⁷ Por. W. Broński, *Formacja homiletyczna alumnów w wyższych seminariach duchownych w Polsce*, Lublin 2007, s. 217.

²⁸ Por. W. Chaim, *Kazanie...*, dz. cyt., s. 124-125.

²⁹ Por. Sobór Watykański II, Konstytucja duszpasterska o Kościele w świecie współczesnym *Gaudium et spes* 9.

³⁰ Jan Paweł II, Adhortacja apostolska *Christifideles Laici* 26.

obdarzają głoszących słowo Boże, czego wyrazem jest zauważenie wielu ich przymiotów, pozwolenie, by przez ich misje oddziaływali na religijność słuchaczy (88%).

Co trzeci respondent oczekuje współpracy przepowiadającego ze słuchaczami homilii.

Treść homilii powinna być bardziej związana z egzystencją słuchaczy (67%). Respondenci chcieliby, aby przekazywane treści poparte były przykładami z *Pisma Świętego* i z aktualnego życia.

Charakterystyczne jest to, że respondenci potrafią odróżnić kazanie od homilii, która jest częścią liturgii, jednak deklarują potrzebę kazań katechizmowych (77%).

Jeśli chodzi o przekaz homilii, odbiorcy przepowiadanego słowa Bożego wolą nadawanie komunikatu w tonie zwyczajnym (63%) i refleksyjnym (23%). Gestykulacja pomaga w percepcji homilii (63%). Homilia nie powinna przekraczać 15-20 min.

Autor świadom jest, iż praca ta jest dopiero przyczynkiem do dalszych badań na tym polu. Niemniej może się przysłużyć do pobudzenia większej świadomości homiletycznej u przepowiadających słowo Boże przez zwrócenie uwagi na komunikat zwrotny odbiorców homilii.