

Niniejsza książka jest pracą interdyscyplinarną z zakresu teologii i nauki o mediach, teologii homiletycznej i komunikacji społecznej oraz teologii mediów. Na gruncie teologii przepowiadania jest pracą z zakresu homiletyki fundamentalnej i formalnej oraz homiletyki kontekstualnej¹, natomiast na gruncie nauk o mediach jest pracą z zakresu nauk społecznych i humanistycznych w obszarach takich specjalności jak teoria komunikacji społecznej (w tym komunikacja religijna i oddziaływanie mediów), retoryka, komunikacja wizualna i estetyka mediów². W zamiarze zrealizowania założonych sobie celów badawczych autor posłużył się narzędziami metodologicznymi i teoretycznymi charakterystycznymi dla wyżej wymienionych dyscyplin, dziedzin i specjalności naukowych. Pozwoliło to także skomponować szczegółowy spis treści pracy.

Na pierwszym etapie badawczym zebrano teksty (książki, wypowiedzi, wywiady, wykłady) Marshalla McLuhana na temat teorii mediów, a szczególnie natury mediów, ich oddziaływania oraz ich technologicznego determinizmu i ewolucjonizmu (ekologia mediów³). Celem analizy treści jego tekstów jest odpowiedź na pytania: Czym są media elektroniczne w ujęciu McLuhana? Jak postrzegał ich naturę? Czy są dla niego tylko neutralnymi przekąźnikami treści? Czy może wpływają na sam przekaz? W efekcie tej analizy otrzymano materiał odnoszący się do pytań badawczych, a następnie dokonano syntezy poglądów McLuhana w kluczu odpowiedzi na wyżej postawione szczegółowe pytania badawcze książki.

¹ Z. Grzegorski, *Wprowadzenie do teorii przekazu homiletycznego*. W: *Praktyka przepowiadania słowa Bożego*. T. 2. Red. L. Kuc. Warszawa 1973, s. 19; zob. W. Przyczyna, G. Siwek, *Metodologia teologii homiletycznej*, w: *Metodologia teologii praktycznej*, red. W. Przyczyna, Kraków 2011, s. 70-84.

² M. Jabłonowski, T. Gackowski, Tożsamość nauk o mediach. Obszary, perspektywy, postulaty, „*Studia Medioznawcze*” (2/49) 2012, s. 15-24.

³ N. Postman, *The Humanism of Media Ecology*, Keynote Address Delivered at the Inaugural Media Ecology Association Convention (Fordham University, New York, New York, 16–17.06.2000), “*Proceedings of the Media Ecology Association*” Vol. 1 2000, p. 10-16; M. Zimmer, *Media Ecology and Value Sensitive Design: A Combined Approach to Understanding the Biases of Media Technology*, “*Proceedings of the Media Ecology Association*” Vol. 6 2005, p. 1-15. Ch. L. Nystrom, *Symbols, thought, and reality: The contributions of Benjamin Lee Whorf and Susanne K. Langer to media ecology*, “*New Jersey Journal of Communication*” Vol. 8, Issue 1 2000, Special Issue: The intellectual roots of Media ecology, p. 8-33; M.S. Alexander, *The Media Ecology Perspective*, “*Review of Communication*” Vol. 6, Issue 4 2006, p. 365-368; K. Milberry, *Media Ecology*, “*Communication*” May 2012, <http://dx.doi.org/10.1093/obo/9780199756841-0054> (dostęp: 09.02.2016); L. Strate, *Echoes and Reflections: On Media Ecology as a Field of Study*. Cresskill, NJ 2006; L. Strate, *A Media Ecology Review*, “*Communication Research Trends, Centre for the Study of Communication and Culture*” Vol. 23 (2004) No. 2, p. 1-48.

Na drugim etapie badawczym zebrano dokumenty Kościoła oraz literaturę z zakresu teologii, teologii przepowiadania i teologii homiletycznej w celu odpowiedzi na pytania: Czym jest komunikacja religijna? Czym jest przepowiadanie słowa Bożego? Jaka jest natura przepowiadania słowa Bożego? Jakie warunki muszą być spełnione, aby przepowiadanie było przepowiadaniem słowa Bożego? W wyniku przeprowadzonej analizy treści zaprezentowano fenomen komunikowania słowa Bożego, który jednocześnie zawiera odpowiedzi na powyższe pytania badawcze postawione w drugiej części książki.

Celem trzeciego etapu badawczego jest zaprezentowanie rozumienia komunikacji religijnej w kontekście mediów elektronicznych. Stanowi on analizę porównawczą i swoistą konfrontację ze sobą wyników dwóch pierwszych etapów badawczych, próbując odpowiedzieć na pytania: Czy media nadają się do głoszenia słowa Bożego? Jeśli głoszenie dokonuje się przez media, czy nie gubi czegoś ze swojej natury? Czy głoszenie przez media i głoszenie bezpośrednio jest w istocie tym samym? W konsekwencji tej konfrontacji pozwoliło autorowi sformułować praktyczne wnioski i sugestie dotyczące głoszenia słowa Bożego w świecie elektronicznych mediów oraz wykorzystania mediów w działalności Kościoła. Co z kolei daje nowe inspiracji do rozumienia komunikacji religijnej w nowym środowisku medialnym, a także do nowego scharakteryzowania teologii mediów i teologii komunikacji.