

# Jak ewangelizować przez media? Na kanwie społecznego nauczania św. Jana Pawła II

**Ks. Robert Nęcek<sup>1</sup>**

Kościół rozumiany jako wspólnota ochrzczonych stawia w centrum swojego zainteresowania osobę ludzką, której pragnie towarzyszyć w całej ziemskiej rzeczywistości. Jednocześnie poczuwa się do jej godnego przygotowania na spotkanie z samym Bogiem. Wspomniane towarzyszenie człowiekowi XXI wieku dokonuje się w społeczeństwie wielokulturowym, a przede wszystkim mocno zmediatyzowanym. Oznacza to, że telewizja, radio, prasa i Internet stają się coraz powszechniej podstawowym oknem na świat<sup>2</sup>. Dzięki mediom zostaje skrócony dystans między ludźmi, a świat staje się globalną wioską<sup>3</sup>. Z tej racji Kościół, rozumiejąc kontekst historii i rolę przekazów medialnych, otwiera się na media i za ich pośrednictwem pragnie głosić orędzie Ewangelii. Środki przekazu stają się więc pomocnymi narzędziami w ewangelizacji świata i jako takie powinny być istotnymi sprzymierzeńcami w jej upowszechnianiu. Pojawia się jednak pytanie, w jaki sposób ewangelizować przez media?

Próba odpowiedzi pytanie będą przedstawione poniżej – w świetle nauczania św. Jana Pawła II – następujące problemy: współczesne uwarunkowania dzieła ewangelizacji, ewangelizacja komunikacją społeczną, dialog zasadą ewangelizacji oraz kultura elementem ewangelizacji i komunikacji społecznej.

<sup>1</sup> Ks. prof. nadzw. dr hab. Robert Nęcek, kierownik Katedry Edukacji Medialnej Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II w Krakowie.

<sup>2</sup> M. Toso. *Mass media dzisiaj w świetle nauki społecznej Kościoła*. „Społeczność” 2:2001 s. 217.

<sup>3</sup> R. Nęcek. *Okiem rzecznika*. Kraków 2007 s. 10.



## Współczesne uwarunkowania dzieła ewangelizacji

Jednym ze współczesnych uwarunkowań misji Kościoła stają się media. Stanowią one nie tylko zwykły element przekazu, ale część składową ludzkiej kultury. Przyczyniają się do zniesienia wszelkich barier przestrzeni i czasu<sup>4</sup>. Owa elektroniczna rewolucja wpływa na przeobrażanie się ludzkich postaw i sposobów myślenia, a także kształtuje społeczny obraz Kościoła, oddziałując na struktury kościelne i formy ich funkcjonowania. Dzięki mediom odbiorcy rewidują swoją wiedzę o życiu i świecie. Z tej racji rodzi się potrzeba odkrywania natury mediów i podejmowania etycznej refleksji, aby zamiast zagrożenia stały się one miejscem prawidłowego rozwoju i promocji zdrowych osobowości<sup>5</sup>. W kontekście medialnych uwarunkowań należy także spojrzeć na samo dzieło ewangelizacji, która jest podstawowym zadaniem Kościoła. W tym duchu zostaną przedstawione: natura i cel ewangelizacji, koncepcja nowej ewangelizacji i promocja człowieka jako istoty wszelkich społecznych odniesień.

### Natura i cel ewangelizacji

Głównym zadaniem Kościoła jest ewangelizacja, czyli niesienie Dobrej Nowiny przemieniającej ludzkie serca. Papież Paweł VI podkreślił, że ewangelizacja dokonuje się wówczas, „[...] gdy boską mocą Nowiny, którą głosi, stara się przemienić sumienie poszczególnych ludzi i wszystkich razem, potem także ich działalność, a wreszcie ich życie i całe środowisko, w którym się obracają”<sup>6</sup>. Tym sposobem, jak naucza *Katechizm Kościoła katolickiego*, do natury ewangelizacji należy głoszenie Chrystusa wyrażające się słowem i świadectwem życia. W wydaniu świeckich ka-

<sup>4</sup> A. Baczyński. *Telewizja a świat wartości*. Kraków 2003 s. 9.

<sup>5</sup> J. Chrapek. *Świat, zbawienie i telewizja. Z biskupem Janem Chrapkiem rozmawiają Barbara Czajkowska i Dorota Maciejewska*. Katowice 2001 s. 130.

<sup>6</sup> Paweł VI. *Adhortacja apostolska Ewangelii nuntiandi o ewangelizacji w świecie współczesnym* (8.12.1975) [dalej: EN] p. 18.

tolików ewangelizacja dokonująca się w zwykłych warunkach właściwych światu nabiera charakteru wyjątkowej skuteczności. Jednak tak rozumiana nie polega jedynie na dawaniu świadectwa wiary życiem, ale na szukaniu okazji do głoszenia Jezusa słowem mówionym lub pisany<sup>7</sup>.

Ewangelizacja rozumiana początkowo jako bycie posłanym przez kogoś i przyjęcie do wypełnienia zleconej misji zostaje poszerzona o konieczność uwzględnienia w większym stopniu znaków czasu<sup>8</sup>. Dlatego Jan Paweł II zauważył, że nauczanie Kościoła to uaktualniony „corpus doktrynalny” rozwijający się w miarę odczytywania wydarzeń zachodzących w ciągu historii. W ten sposób – dzięki refleksji rozumowej i nauk o człowieku – prowadzi ludzi, aby mogli realizować w pełnej odpowiedzialności budowę doczesnej społeczności<sup>9</sup>. Oznacza to, że obowiązek ewangelizacji jest właściwym powołaniem Kościoła i wyraża „[...] najprawdziwszą jego właściwość. Kościół jest dla ewangelizacji, czyli po to, aby głosił i nauczał słowa Bożego”<sup>10</sup>. Dlatego celem ewangelizacji jest pobudzenie człowieka do wyrażania osobistej odpowiedzi na słowo Boże i spowodowanie wewnętrznej przemiany. Kościół wtedy ewangelizuje, kiedy stara się uwrażliwiać i przemieniać ludzkie sumienia<sup>11</sup>.

## **Nowa ewangelizacja**

Termin «nowa ewangelizacja» został wprowadzony w życie przez Jana Pawła II<sup>12</sup>, dotyczy głoszenia Ewangelii na nowo, za cenę nowych wysiłków. Brak jasności w dawaniu świadectwa przez wyznawców Chrystusa i obojętność

<sup>7</sup> *Katechizm Kościoła katolickiego*. Poznań 2002 [dalej: KKK] p. 905.

<sup>8</sup> K. Jeżyna. *Ewangelizacja*. W: *Jan Paweł II. Encyklopedia nauczania moralnego*. Red. J. Nagórny, K. Jeżyna. Radom 2005 s. 200.

<sup>9</sup> Jan Paweł II. *Encyklika Sollicitudo rei socialis* (30.12.1987) p. 1.

<sup>10</sup> EN 14.

<sup>11</sup> *Tamże* 18.

<sup>12</sup> Termin «nowa ewangelizacja» po raz pierwszy został użyty przez Papieża podczas wystąpienia do biskupów Ameryki Łacińskiej w Port-au-Prince na Haiti, 9 marca 1979 roku. Na gruncie europejskim Jan Paweł II pierwszy raz posłużył się nim podczas pierwszej pielgrzymki do Polski, w Krakowie-Mogile, 9 czerwca 1979 roku.



religijna domagają się ponownej, czyli nowej ewangelizacji. W encyklice *Redemptoris missio* Papież stwierdził, że niemożliwe jest wytyczenie granicy między specyficzną działalnością misyjną, opieką duszpasterską nad wiernymi i nową ewangelizacją. Nie do pomyslenia jest nawet, aby tworzyć między nimi granice<sup>13</sup>. Natomiast w encyklice *Centesimus annus* zauważył, że nowa ewangelizacja, która światu jest koniecznie potrzebna, „[...] musi uczynić jednym ze swoich istotnych elementów głoszenie nauki społecznej Kościoła”<sup>14</sup>. Takie stwierdzenie oznacza, że Papież widział obecność chrześcijan w świecie na różnych płaszczyznach, w tym także na płaszczyźnie medialnej. Chodzi o to, że Kościół nie może zrezygnować ze swojego prawa i obowiązku ewangelizacji życia społecznego. Właśnie na polu swoich małych ojczyzn, na polu swojego życia społecznego, jak zauważył bp Klaus Kung, chrześcijanie powinni bronić wartości w nowy, świadomy i odważny sposób, stosując nowe odpowiednie argumenty<sup>15</sup>.

Oryginalne spojrzenie na zagadnienie nowej ewangelizacji ma kard. Dionigi Tettamanzi. Uważa on, że w przypadku samych chrześcijan pojawia się problem, jak dalece są oni jeszcze chrześcijanami? Otóż życie wielu chrześcijan niewiele się różni od życia niewierzących. Dochodzi do tego, że nie tyle zwraca się uwagę na chrzest nawracających się, ile na nawracanie ochrzczonych<sup>16</sup>. Taki stan rzeczy powoduje, że obecność chrześcijan w społeczeństwie w wielu aspektach jest „milcząca”. Tymczasem powinna być widzialna, czynna i skuteczna<sup>17</sup>. Nie znaczy to, że należy zawężyć lub poszerzać przesłanie ewangelizacji,

<sup>13</sup> Jan Paweł II. *Encyklika Redemptoris missio o stałej aktualności posłania misyjnego* (7.12.1990) p. 34.

<sup>14</sup> Tenże. *Encyklika Centesimus annus* (2.05.1991) p. 54; zob. C. Gentili. *Dziedzictwo Jana Pawła II. „Społeczeństwo”* 3:2007 s. 356.

<sup>15</sup> K. Kung. *Geistlicher Rundbrief*. Feldkirch 2003 s. 10.

<sup>16</sup> D. Tettamanzi. *Intervention a la deuxieme Assemblee speciale, pour l'Europe du Synode des eveques*. „La Documentation Catholique” 81.96:1999 s. 952; J. Kowalski. *Jan Paweł II o nowej ewangelizacji Euro-py*. „Sosnowieckie Studia Teologiczne” 7:2005 s. 45-46.

<sup>17</sup> C. Gentili. *Dziedzictwo Jana Pawła II* s. 356-357.

lecz w nowy sposób wydobyć nowe treści z niezmiennej w swej istocie Ewangelii<sup>18</sup>. Chodzi więc o nowy sposób zdobywania wiedzy, nowe formy wrażliwości, nowy język, a przede wszystkim nowe sposoby postrzegania człowieka i świata<sup>19</sup>.

## Promocja człowieka

Jan Paweł II w encyklice *Redemptor hominis* – która stała się encykliką programową jego pontyfikatu – napisał, że „człowiek jest drogą Kościoła”<sup>20</sup>. Oznacza to, że Kościół nie tylko nie może być obojętny na to, co zagraża człowiekowi, ale musi być wrażliwy na wszystko, co promuje jego godność<sup>21</sup>. Dzięki wrodzonej godności człowiek jest wartością samą w sobie. Z tej racji nie może być traktowany w sposób przedmiotowy<sup>22</sup>. Chodzi o to, aby, jak napisał Papież, „[...] życie ludzkie stawało się coraz bardziej ludzkie, aby wszystko to, co na to życie się składa, odpowiadało prawdziwej godności człowieka”<sup>23</sup>. Tymczasem głównym zagrożeniem dla niego stają się wytwory jego rąk, a jeszcze bardziej owoce jego umysłu i dążenia jego woli<sup>24</sup>. Nie chodzi tylko o postęp techniczny jako taki, ale o zagubienie prymatu osoby nad rzeczą<sup>25</sup>. W wymiarze medialnym wspomniany prymat wyraża się w tym, że człowiek winien być celem każdego przekazu, a nie jedynie jego środkiem<sup>26</sup>.

Jan Paweł II, będąc świadomy licznych zagrożeń i niebezpieczeństw, stwierdził, że ukazanie człowieka „[...]

<sup>18</sup> K. Jeżyna. *Ewangelizacja* s. 202.

<sup>19</sup> A. Baczyński. *Telewizja a świat wartości* s. 294.

<sup>20</sup> Jan Paweł II. *Encyklika Redemptor hominis* (4.03.1979) [dalej: RH] p. 14.

<sup>21</sup> P. Góralczyk. *Człowiek drogą Kościoła w nauczaniu Jana Pawła II*. „Bielsko-Żywieckie Studia Teologiczne” 6:2005 s. 45.

<sup>22</sup> J. Nagórny. *Godność, miłość i miłosierdzie podstawowymi wartościami w rozwoju*. W: *Wzrastanie człowieka w godności, miłości i miłosierdziu*. Red. M. Kalinowski. Lublin 2005 s. 96.

<sup>23</sup> RH 14.

<sup>24</sup> *Tamże* 15.

<sup>25</sup> *Tamże* 16; A. Baczyński. *Telewizja a świat wartości* s. 398.

<sup>26</sup> A. Baczyński. *Telewizja a świat wartości* s. 399.



w pełnej godności jego człowieczeństwa nie może się dokonać inaczej niż przez odniesienie do Boga<sup>27</sup>. Tymczasem, jak powie Ojciec Święty Benedykt XVI, ludzie stworzyli sobie sami „[...] swój świat i znalezienie w nim Boga staje się coraz trudniejsze”<sup>28</sup>. Dlatego głoszenie przez Kościół ewangelii godności człowieka jest priorytetem, co w epoce komunikacji społecznej i medialnej przyjmuje formę wyzwania.

### **Ewangelizacja komunikacją społeczną**

Kościół, rozumiejąc koncepcję nowej ewangelizacji i dostrzegając szybkie przemiany w świecie przekazu informacji, wprowadził pojęcie wzajemnego komunikowania się ludzi<sup>29</sup>. Oznacza to, że media stają się miejscem publicznym, gdzie ludzie mogą się spotykać, pytać, odpowiadać i wzajemnie się do siebie zwracać. Na tym swoistym areopagu szukają dialogu, prezentują swoje idee i ścierają się ze sobą. Inaczej mówiąc, tworzą jedną publiczną rozmowę<sup>30</sup>. Z tej racji, jak podkreślił Jan Paweł II, zaangażowanie Kościoła „[...] w szybko rozwijającym się świecie środków przekazu musi być coraz głębsze”<sup>31</sup>. Chodzi o to, że mass media dla wielu są „[...] głównym narzędziem informacyjnym i formacyjnym, przewodnikiem i natchnieniem w zachowaniach indywidualnych, rodzinnych, społecznych. Przede wszystkim nowe pokolenia wznoszą się w świecie uwarunkowanym przez mass me-

<sup>27</sup> Jan Paweł II. *Encyklika Dives in misericordia o Bożym miłosierdziu* (30.11.1980) p. 1.

<sup>28</sup> Benedykt XVI. *Papież tęskni za swoją ojczyzną. Wywiad z Benedyktem XVI dla Bayerischer Rundfunk (ARD), ZDF, Deutsche Welle i Radia Watykańskiego (Castel Gandolfo, 5 sierpnia 2006)*. Tłum. B. Zajączkowska, T. Cieślak. „Gość Niedzielny” 2006 nr 34 s. 4.

<sup>29</sup> Papieska Rada ds. Środków Społecznego Przekazu. *Instrukcja duszpasterska Aetatis novae* (22.02.1992) p. 3.

<sup>30</sup> M. Toso. *Mass media dzisiaj* s. 221.

<sup>31</sup> Jan Paweł II. *Orędzie na 35. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu 2001*. „Rozgłaszajcie to na dachach”: *Ewangelia w epoce globalnej komunikacji*. Watykan 2001 p. 2.

dia<sup>32</sup>. Dlatego w dziele ewangelizacji należy wykorzystać możliwości środków przekazu. W tym kontekście zostaną przedstawione następujące problemy: media w służbie słowa Bożego i obrazowy język komunikacji.

### **Media w służbie słowa Bożego**

Kościół jako wspólnota wierzących ma świadomość, że środki społecznego komunikowania ułatwiają spotkanie między ludźmi. Taki stan rzeczy pociąga za sobą konsekwencje duszpasterskie. Chodzi o to, że siła mediów jest tak wielka, iż wpływają one „[...] nie tylko na to, jak ludzie myślą, ale także o czym myślą”<sup>33</sup>. Dlatego, jak powiedział abp John Patrick Foley, powinniśmy z nich korzystać, aby przybliżyć ludziom Boga<sup>34</sup>. Dla Jana Pawła II uciekanie się do mediów w dziele ewangelizacji jest wielką szansą dotarcia do człowieka, gdyż w procesie komunikowania na początku znajduje się człowiek – nadawca i u kresu człowiek – odbiorca. W tym znaczeniu media mogą doprowadzić do spotkania między ludźmi na sposób wspólnoty osób<sup>35</sup>. Oznacza to, że mogą być wiodące nie tylko w ukazywaniu ludziom wartości i prawd umacniających i podkreślających ludzką godność, ale nade wszystko mogą odegrać kluczową rolę w bezpośredniej ewangelizacji<sup>36</sup>.

Kościół z trzech istotnych powodów powinien zabiegać o żywą obecność w środkach społecznego komunikowania. Bp Jan Chrapek wyprowadza tę konieczność z przesłanki biblijnej, z nakazu Chrystusa i antropologii. Otóż biblijne słowa: „idźcie i czyńcie sobie ziemię

<sup>32</sup> Jan Paweł II. *Encyklika Redemptoris missio o stałej aktualności posłania misyjnego* (7.12.1990) p. 37.

<sup>33</sup> Papieska Rada ds. Środków Społecznego Przekazu. *Instrukcja duszpasterska Aetatis novae* p. 4.

<sup>34</sup> J.P. Foley. *Bóg w globalnej wiosce. Arcybiskup John Patrick Foley w rozmowie z Ulrichem Bobingerem*. Kraków 2002 s. 111.

<sup>35</sup> Jan Paweł II. *Orędzie na 18. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu 1984. Środki społecznego przekazu pomostem pomiędzy wiarą i kulturą*. Watykan 1984 p. 6.

<sup>36</sup> Jan Paweł II. *Orędzie na 35. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu 2001* p. 4.



poddaną” zobowiązują do poznawania i rozumienia otaczającej rzeczywistości. Prasa, radio, telewizja i Internet są obecnie biblijną ziemią, czyli wspomnianą rzeczywistością, którą człowiek na co dzień się karmi. Ziemię można uczynić sobie poddaną tylko wówczas, kiedy się ją rozumie. W tym kontekście priorytetem Kościoła jest rozpoznawanie medialnej rzeczywistości, gdyż kształtuje ona ludzką naturę i postrzeganie świata. Drugą przesłankę bp Chrapek wyprowadza ze słynnych słów Jezusa: „Idźcie i nauczajcie wszystkie narody”, które wyrażają się w budowaniu świątyń, inspirowaniu poezji religijnej i malarstwa. Trzecia przesłanka ma aspekt antropologiczny, zwraca uwagę na prawdę, że drogą Kościoła jest człowiek – człowiek ukształtowany przez media<sup>37</sup>. Zatem, jak podkreśla Ojciec Święty Benedykt XVI, sprawę mediów należy traktować „[...] jako integralną część kwestii antropologicznej”<sup>38</sup>.

Mając świadomość funkcjonowania mediów, należy stwierdzić, że stają się one nie tylko cenną pomocą w nauczaniu religii, ale mogą także przyczynić się do zainicjowania katechezy rodzinnej. Prasa, radio, telewizja i Internet nie uciekają przed problematyką religijną i kościelną. W przypadku mediów katolickich misja kojarzona jest zazwyczaj z działalnością ewangelizacyjną. Dlatego istnieje konieczność budowania pomostów między światem mediów a misją Kościoła<sup>39</sup>. Jan Paweł II, mając świadomość, że życie chrześcijańskie przebiega w niesprzyjającej mu kulturze, wyraził nadzieję, że poprzez media, a zwłaszcza Internet, można byłoby spróbować rozwijać nauczanie Kościoła i przeprowadzać nieustanną katechezę<sup>40</sup>.

<sup>37</sup> J. Chrapek. Świat, zbawienie i telewizja s. 135-136.

<sup>38</sup> Benedykt XVI. *Orędzie na 42. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu 2008*. Watykan 2008 p. 4.

<sup>39</sup> A. Baczyński. *Telewizja a świat wartości* s. 294-295.

<sup>40</sup> Jan Paweł II. *Orędzie na 36. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu 2002. Internet: nowe forum głoszenia Ewangelii*. Watykan 2002 p. 4.



## Obrazowy język komunikacji

Współczesna rzeczywistość ma charakter obrazowy. Obraz włączony jest w strukturę budowania świadomości człowieka i bierze udział w kształtowaniu bogactwa życia duchowego<sup>41</sup>. Dlatego, jak mówi bp Chrapek, jeśli Kościół chce służyć konkretnemu człowiekowi i pragnie skutecznie rozwijać dzieło ewangelizacji, powinien zrozumieć język, którym posługują się media<sup>42</sup>. Zrozumienie języka medialnego staje się warunkiem powstania konstruktywnego przekazu. Chodzi o to, że można twórczo rozmawiać o problemach jedynie wówczas, kiedy się zna i rozumie konieczność właściwego języka. Z tej racji istnieje potrzeba formacji osób duchownych i świeckich w zakresie wyrażania się językiem obrazowym<sup>43</sup>. Określenie «nowa» w relacji do ewangelizacji odnosi się także do zastosowania nowego języka, czyli nowej formy przekazu. Abp Foley uważa, że Kościół powinien również wykupywać w mediach czas reklamowy, aby go wykorzystać dla potrzeb ewangelizacji. Inaczej mówiąc, należy być obecnym we wszystkich środkach przekazu<sup>44</sup>. Media wykształciły nowy język, a Kościół ma obowiązek go poznawać. Obecnie trzeba bowiem posługiwać się językiem, którym posługują się media. Inaczej „[...] będziemy śmieszni, będziemy niczym afrykańscy zaklinacze węży”<sup>45</sup>. Zatem obrazowy i zwięzły przekaz jest gwarantem dotarcia do słuchaczy<sup>46</sup>, a ewangelizacja nowej kultury medialnej staje się możliwa jedynie w jej języku<sup>47</sup>.

<sup>41</sup> A. Zwoliński. *Obraz w relacjach społecznych*. Kraków 2004 s. 22.

<sup>42</sup> J. Chrapek. *Świat, zbawienie i telewizja* s. 136.

<sup>43</sup> A. Baczyński. Środki społecznego przekazu jako zadanie dla współczesnego duszpasterstwa. „*Analecta Cracoviensia*” 32:2000 s. 81.

<sup>44</sup> J.P. Foley. *Bóg w globalnej wiosce* s. 38.

<sup>45</sup> J. Chrapek. *Świat, zbawienie i telewizja* s. 136.

<sup>46</sup> R. Nęcek. *Trzeba mówić obrazowo*. „*Echo Miasta*” 2008 nr 38 s. 2.

<sup>47</sup> Jan Paweł II. *Oroędzie na 27. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu 1993. Rola kaset magnetofonowych i magnetowidowych w kształtowaniu kultury i sumienia*. Watykan 1993.



## Dialog zasadą ewangelizacji

Podstawowym warunkiem skuteczności ewangelizacji jest dialog ze słuchaczem, gdyż nie jest możliwe głoszenie Ewangelii bez słuchania tych, którym chce się ją przekazać<sup>48</sup>. Jan Paweł II podkreślił, że media, stając się cennym źródłem ubogacenia kulturalnego osób i społeczeństw, mogą swobodnie przyczyniać się do pobudzania dialogu, umożliwiania wzięcia udziału w wydarzeniach religijnych i poczucia uniwersalności Kościoła<sup>49</sup>. Jednak dialog można w pełni prowadzić tylko wówczas, kiedy dysponuje się wszechstronną informacją<sup>50</sup>. Dlatego w tym duchu zostaną przedstawione: rozumienie informacji, uszanowanie godności osoby ludzkiej i budzenie nadziei.

## Rozumienie informacji

Każdy człowiek ma prawo do informacji, dlatego treść przekazu powinna być pełna i odpowiadać prawdzie<sup>51</sup>. W tym znaczeniu należy dobrze zrozumieć strategię informacji kształtującą społeczeństwo poinformowane<sup>52</sup>. Czym zatem w tym kontekście jest informacja? W rozumieniu Benedykta XVI jest ona efektem trzech etapów. Jest konkretnym wyborem dokonany przez konkretnego człowieka. Natomiast każdy wybór jest oceną, gdyż człowiek sam stwierdza, czy dana wiadomość będzie służyć sprawie, czy sprawie zaszkodzi. Ocena zaś tylko wtedy jest odpowiedzialna, kiedy opiera się na powszechnie uznanych

<sup>48</sup> A. Niwiński. *Środki informatyczne w katechetycznej działalności Kościoła*. Kraków 2004 s. 45.

<sup>49</sup> Jan Paweł II. *Orędzie na 14. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu 1980. Rodzina wobec środków przekazu społecznego*. Watykan 1980.

<sup>50</sup> Tenże. *Orędzie na 21. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu 1987. Środki społecznego przekazu w służbie sprawiedliwości i pokoju*. Watykan 1987.

<sup>51</sup> Tenże. *Orędzie na 19. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu 1985. W służbie chrześcijańskiej promocji młodzieży*. Watykan 1985 p. 2.

<sup>52</sup> Tenże. *Orędzie na 21. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu 1987*.

wartościach<sup>53</sup>. Nie trudno więc zauważyć, że taki opis informacji łączy się w sposób bezpośredni z etyką, czyli moralnym kręgosłupem osoby przygotowującej strategię informacji.

Doskonale problematykę informacji ujął abp Foley. Dokonując analizy przekazu, stwierdził, że na początku jest *know-how*, czyli wiedza techniczna. Po niej przychodzi *know-what*, czyli gruntowna wiedza o problemie, o którym chcemy mówić. Etap końcowy stanowi *know-why*, czyli przekonanie co do właściwych powodów informowania. Chodzi o odpowiedź na pytanie, dlaczego podaje ową informację? Czy dlatego, aby zarobić? Czy aby stać się gwiazdą? Czy aby służyć społeczeństwu<sup>54</sup>? Nie można bowiem mówić o moralności mediów, gdyż sprawcą każdego czynu moralnego jest konkretny człowiek<sup>55</sup>.

### Uszanowanie godności osoby ludzkiej

Człowiek jest wartością dla wartości. Oznacza to, że samostanowienie osoby nie dokonuje się w etycznej próżni, lecz powinno mieć oparcie na fundamencie trwałych wartości zabezpieczających jej godność. Z etycznego punktu widzenia człowiek albo urzeczywistnia siebie w świecie wartości, albo staje się ich zaprzeczeniem<sup>56</sup>. Z tej racji Jan Paweł II stwierdził, że godność osoby ludzkiej jest źródłem niezmiennych, obiektywnych i nienaruszalnych praw. W encyklice *Redemptor hominis* przypomniał, że „[...] nie chodzi o człowieka abstrakcyjnego, ale o rzeczywistego, o człowieka konkretnego, historycznego. Chodzi

<sup>53</sup> Benedykt XVI. *Elementarz Benedykta XVI dla pobożnych, zbuntowanych i szukających prawdy*. Kraków 2008 s. 216; J. Ratzinger. *Służyć prawdzie*. Wrocław 1986 s. 263; R. Nęcek. *Prawda i odpowiedzialność*. W: *Budować dom miłosierdzia*. Red. T. Janusz. Kraków 2008 s. 22.

<sup>54</sup> J.P. Foley. *Bóg w globalnej wiosce* s. 32.

<sup>55</sup> M. Robak. *Moralność Internetu?* „Więź” 1999 nr 11 s. 22.

<sup>56</sup> M. Drożdż. *Osoba i media. Personalistyczny paradygmat etyki mediów*. Tarnów 2005 s. 59; A. Zwoliński. *Etyka obrazu*. „Bielsko-Życiweckie Studia Teologiczne” 4:2003 s. 360; Ch. Schonborn. *Mein Jesus. Gedanken zum Evangelium*. Wien 2002 s. 77-79.



o każdego człowieka<sup>57</sup>. Dlatego ten sam człowiek, jak zauważył Ojciec Święty Benedykt XVI, „[...] będąc istotą otwartą na całość i na samą zasadę bytu, przez to właśnie jest «samym sobą», jest osobą<sup>58</sup>. W tym kontekście osoba ludzka staje się celem i miarą mediów. Zatem komunikacja powinna przebiegać od osoby do osoby i służyć jej integralnemu rozwojowi<sup>59</sup>. Tymczasem środki przekazu wyzyskują człowieka, zamiast ukazywać jego godność. Jan Paweł II, pisząc o godności kobiety, niejednokrotnie wzywał do jej poszanowania i piętnował jej przedmiotowe traktowanie. W tym duchu stawiał publicznie pytania: „ileż razy lekceważy się czy wręcz ośmiesza rolę kobiety jako żony i matki? Ileż razy rolę kobiety w miejscu pracy i w życiu zawodowym ukazuje się tak, jakby była ona karykaturą męczyzny, pomijając specyficzne cechy kobiecej intuicji?”<sup>60</sup>. Toteż człowiek jest wezwany do bycia odpowiedzialnym „użytkownikiem”, nie zaś przedmiotem, jest wezwany do krytycyzmu wobec mediów, a nie uległości<sup>61</sup>. Szacunek dla godności osoby ludzkiej w komunikacji medialnej oznacza więc, że człowiek ma być podmiotem przekazu, a nie przedmiotem, celem, a nie jedynie środkiem<sup>62</sup>.

## Budzenie nadziei

Kościół ma świadomość, że media mogą stać się doskonałym narzędziem ewangelizacji. Jednak nie jest ona tylko przekazem treści, które można poznać. Nade wszystko

<sup>57</sup> RH 13.

<sup>58</sup> Benedykt XVI. *Elementarz Benedykta XVI* s. 25.

<sup>59</sup> Jan Paweł II. *Orędzie na 34. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu 2005*. Środki społecznego przekazu w służbie wzajemnego zrozumienia między narodami. Watykan 2005 p. 4.

<sup>60</sup> Tenże. *Orędzie na 30. Światowy dzień Środków Społecznego Przekazu 1996*. *Współczesne środki przekazu w służbie postępu kobiety w społeczeństwie*. Watykan 1996.

<sup>61</sup> Tenże. *Orędzie na 15. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu 1981*. Środki społecznego przekazu w służbie odpowiedzialnej wolności. Watykan 1981 p. 1.

<sup>62</sup> A. Baczyński. *Telewizja a świat wartości* s. 399.

ewangelizacja jest głoszeniem przesłania, które, jak powie Ojciec Święty Benedykt XVI, „tworzy fakty i zmienia życie”<sup>63</sup>, chroniąc człowieka przed egoizmem<sup>64</sup>. Dlatego na pracujących w mediach ciąży określona odpowiedzialność. Chodzi o to, że chrześcijanie pracujący w środkach przekazu zobowiązani są do promocji nadziei, a będą w stanie ją promować tylko wówczas, kiedy sami „[...] doznają jej skutków we własnym życiu”<sup>65</sup>. Budzić nadzieję, oznacza jednoczyć ludzi, wzbogacać ich życie, przyczyniać się do tworzenia wspólnoty<sup>66</sup>, nie zadowalać się prawdą cząstkową lub tymczasową, przyczyniać się do wzajemnego zrozumienia między różnymi grupami społecznymi i stronić od skażenia dwuznacznością<sup>67</sup>. Jeśli z postępem mediów elektronicznych nie idzie formacja etyczna człowieka, to wówczas stwarza on sytuację zagrożenia i beznadziei<sup>68</sup>.

Choć ludzie mediów poddawani są psychologicznym naciskom od wewnątrz i z zewnątrz, to jednak muszą szukać sił, aby nie ulec skażeniu<sup>69</sup>, gdyż sam przekaz nie tylko informuje. On równocześnie formuje, bowiem słowo staje się substancją przemiany – na gorsze lub na złe<sup>70</sup>. Chodzi o nową kulturę, o kulturę nadziei, ponieważ, jak pisze Benedykt XVI, „kto ma nadzieję żyje inaczej; zostało mu dane nowe życie”<sup>71</sup>.

<sup>63</sup> Benedykt XVI. *Encyklika Spe salvi o nadziei chrześcijańskiej* (30.11.2007) [dalej: SpS] p. 2.

<sup>64</sup> KKK 1819.

<sup>65</sup> Jan Paweł II. *Orędzie na 32. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu 1998. Z pomocą Ducha Świętego głosimy nadzieję*. Watykan 1998 p. 3.

<sup>66</sup> *Tamże* 4.

<sup>67</sup> Benedykt XVI. *Orędzie na 40. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu 2006. Środki przekazu: sieć komunikowania, wspólnoty i współdziałania*. Watykan 2006 p. 2-3.

<sup>68</sup> SpS 22.

<sup>69</sup> Benedykt XVI. *Orędzie na 41. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu 2007. Dzieci i środki komunikowania: wyzwanie dla wychowania*. Watykan 2007 p. 3.

<sup>70</sup> J. Lewandowski. *W nadziei jesteśmy odkupieni. Komentarz do encykliki Benedykta XVI Spe salvi*. Warszawa 2008 s. 15.

<sup>71</sup> SpS 2.



## Kultura elementem ewangelizacji i komunikacji społecznej

Kultura sama w sobie jest komunikacją. Jest ona także podstawą głoszenia Ewangelii<sup>72</sup>. Ewangelizować przez media, to wypełniać szereg zadań w sferze kultury, która jest nie tylko nośnikiem wartości, ale sama w sobie jest wartością, ponieważ jest owocem ludzkiego działania. Przestrzeń kultury staje się podstawą ewangelizacji i komunikacji. Osoba ludzka, komunikując się z drugą osobą, komunikuje siebie na sposób jakiejś sobie właściwej kultury<sup>73</sup>. Dlatego każda kultura jest ostatecznie oczekiwaniem na edukację, prawdę i wolność.

## Edukacja

Środki społecznego przekazu umożliwiają powszechność edukacji. Poprzez wszechstronną i wnikliwą analizę cywilizacji mogą wyzwać głębsze zaangażowanie w procesy poznawcze<sup>74</sup>. Jan Paweł II podkreślał, że dzięki kasetom magnetofonowym i magnetowidowym, a generalnie rzecz biorąc dzięki mediom „[...] możemy mieć w zasięgu ręki i łatwo przenosić nieograniczoną liczbę programów audiowizualnych, czy to edukacyjnych, czy rozrywkowych, pozwalających pełniej zrozumieć bieżące wiadomości i informacje lub cieszyć się pięknem i sztuką”<sup>75</sup>.

Możliwość gromadzenia i przechowywania informacji, odtwarzania wydarzeń z przeszłości powoduje, że media są bliskie ideom edukacji permanentnej<sup>76</sup>. Oznacza to, że profesjonaliści mający świadomość oddziaływania poprzez swoje programy zobowiązani są do dbania o wysoki poziom

<sup>72</sup> Jan Paweł II. *Orędzie na 18. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu 1984* p. 2.

<sup>73</sup> M. Drożdż. *Osoba i media* s. 144.

<sup>74</sup> A. Baczyński. *Telewizja a świat wartości* s. 135.

<sup>75</sup> Jan Paweł II. *Orędzie na 23. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu 1993. Rola kaset magnetofonowych i magnetowidowych w kształtowaniu kultury i sumienia*. Watykan 1993.

<sup>76</sup> A. Baczyński. *Telewizja a świat wartości* s. 135.

etyczny, tak by ich wpływ na rzeczywistość był „nieodmien- nie dodatni”<sup>77</sup>. Chodzi bowiem o to, jak akcentuje Benedykt XVI, że „oświecanie sumień jednostek i pomoc im w rozwi- nianiu własnej myśli nigdy nie jest zajęciem neutralnym”<sup>78</sup>. Dlatego trzeba upowszechniać edukację otwartą na wzajem- ne uznawanie godności, na zdrowe postawy obywatelskie i na transcendencję. W tym znaczeniu edukacja powinna być ugruntowana w pełnym humanizmie. Sprowadzenie jej jedynie do bitów informacji bez rzeczywistego komunika- nia się znajduje swój negatywny wyraz w życiu społecznym i politycznym. Dlatego trzeba powrócić do takiego sposobu myślenia, aby budując na rzeczach pewnych, tworzyć lo- kalne areopagi i miejsca realnych spotkań<sup>79</sup>.

## **Prawda**

Jednym z podstawowych warunków ewangelizacji i komunikacji jest prawda. Człowiek szanujący prawdę stawia jej wymagania ponad swoje subiektywne odczu- cia. Z tej racji wszyscy pracownicy mediów, osoby wy- stępujące przed kamerami telewizji i personel technicz- ny, mają poważny obowiązek przedstawiania rzetelnej prawdy, gdyż, jak napisał Benedykt XVI, „prawda jest miłością, a miłość, która występowałaby przeciw praw- dzie, sama siebie by wypaczyła”<sup>80</sup>. Podejmowanie tema- tów trudnych staje się obowiązkiem, ale nie może on przybierać posmaku sensacji, lecz musi mieć na uwadze dobro odbiorcy i społeczeństwa. Chodzi o to, że praw- da „[...] ma swój najgłębszy fundament w Bogu, który jest też źródłem naszej wolności i twórczości”<sup>81</sup>. Zatem,

<sup>77</sup> Jan Paweł II. *Orędzie na 27. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu* 1993.

<sup>78</sup> Benedykt XVI. *Orędzie na 40. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu* 2006 p. 2.

<sup>79</sup> M. Toso. *Mass media dzisiaj* s. 245.

<sup>80</sup> Benedykt XVI. *Elementarz Benedykta XVI* s. 173.

<sup>81</sup> Jan Paweł II. *Orędzie na 28. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu* 1994. *Telewizja w rodzinie: kryteria właściwego wyboru pro- gramów*. Watykan 1994.



jak powiedział Jan Paweł II, do istoty komunikacji i ewangelizacji należy wolność poszukiwania i wyrażania prawdy. Media mają w tym aspekcie niezastąpioną odpowiedzialność, gdyż „[...] są nowoczesnym forum, na którym następuje rozpowszechnianie idei i gdzie ludzie mogą wzrastać we wzajemnym zrozumieniu i solidarności”<sup>82</sup>.

Jan Paweł II naucza, że media nie mogą funkcjonować w „[...] roli agentów propagandy i dezinformacji, w służbie wąskich grup interesu, uprzedzeń narodowych, etnicznych, rasistowskich i religijnych, chciwości materialnej i najróżniejszych fałszywych ideologii”<sup>83</sup>. Dlatego, aby przeciwdziałać niedocenianiu prawdy, istnieje konieczność odniesienia do sumienia, by móc dostrzec osobistą odpowiedzialność za prawdę i jej poszukiwanie<sup>84</sup>.

## Wolność

Kościół przypomina o istotnej zależności między prawdą a wolnością mediów. Otóż jeżeli środki przekazu mają służyć wolności, to same muszą być wolne, a są wolne wówczas, kiedy działają w prawdzie. Z tego punktu widzenia wolność mediów nigdy nie może oznaczać samowoli. Jan Paweł II podkreślał, że pracownicy mediów – jeżeli chcą być wolni – muszą podjąć trudny obowiązek postępowania zgodnego z sumieniem i oprzeć się wszelkim naciskom dopasowania „prawdy” dla potrzeb chwili i wymagań bogatych lub władzy politycznej. Chodzi o to, że uprzywilejowana pozycja mediów zobowiązuje do zabierania głosu ponad interesami czysto komercyjnymi i służenia potrzebom dobra wspólnego<sup>85</sup>.

<sup>82</sup> Tenże. *Oredzie na 37. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu 2003. Środki społecznego przekazu w służbie autentycznego pokoju w świetle Pacem in terris*. Watykan 2003 p. 3.

<sup>83</sup> Tamże p. 4.

<sup>84</sup> J. Życiński. *Wartości w eterze*. Lublin 1999 s. 51.

<sup>85</sup> Jan Paweł II. *Oredzie na 37. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu 2003 p. 5.*



Mass media dotykają wyobraźni człowieka poprzez dźwięk i obraz, tworząc w ten sposób obraz ideału, dlatego, mając potężną moc sprawczą, stają się promotorem prawdziwej lub fikcyjnej wolności<sup>86</sup>. Wolność, która nie uznaje relacyjnych zależności wobec prawdy, szybko staje się jej zaprzeczeniem, gdyż wolność bez zadań i odpowiedzialności jest iluzoryczna<sup>87</sup>. Dochodzi wówczas do degeneracji, ponieważ media widzą na horyzoncie jedynie zysk, a tracą z oczu odpowiedzialność za służbę dobru wspólnemu<sup>88</sup>. Ojciec Święty Benedykt XVI podkreśla, że wolność jest odpowiedzialnością zobowiązującą. Oznacza to, że w świetle prawdy „rzeczywista wolność jest doświadczana jako ostateczna odpowiedź na «tak» Boga wobec ludzkości, wzywając nas do wyboru, nie nieroztropnie, lecz rozmyślnie, tego wszystkiego, co jest dobre, prawdziwe i piękne”<sup>89</sup>.

## Zakończenie

Reasumując, należy stwierdzić, że mass media są dzisiaj areopagiem wymiany myśli i idei. Kościół w swoim nauczaniu społecznym przypomina o konieczności głoszenia Ewangelii za pośrednictwem środków społecznego przekazu. W świecie globalnej wioski i szybkiego przepływu informacji ewangelizowanie przez media staje się palącą koniecznością i troską. Nie wystarczy jednak samo przekonanie, istnieje potrzeba przeprowadzenia uważnej analizy procesów kulturowych, w których media stanowią istotny element.

<sup>86</sup> T. Zasepa. *Media, człowiek, społeczeństwo. Doświadczenia europejsko-amerykańskie*. Częstochowa 2002<sup>2</sup> s. 263.

<sup>87</sup> J. Kowalski. *Jan Paweł II o nowej ewangelizacji Europy* s. 47.

<sup>88</sup> Benedykt XVI. *Orędzie na 40. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu 2006* p. 3.

<sup>89</sup> Tenże. *Orędzie na 41. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu 2007* p. 2; R. Necek. *Leben ohne Stress?* „Die Tagespost” z 21.05.2008 s. 10.

**Summary:**

Today, mass media are the Aeropagus for exchange of thought and ideas. In its social teachings, the Church reminds us about the necessity of spreading the Gospel through mass media. In the world of the so-called global village and fast flow of information, evangelization through media becomes an urgent necessity and concern. Assurance itself will not suffice. There is a need to conduct an attentive analysis of cultural processes which media constitute a crucial element of.

**Key words:**

Evangelization, media, Good Tidings, transformation of people's conscience, mission activity, social communication, support in religious education, family catechisms, language of communication, dialogue, information, education, truth, freedom.