

NAUKI O MEDIACH / MEDIA STUDIES

KS. JACEK MAREK NOGOWSKI

DUSZPASTERSTWO W POLSCE WOBEC MASS MEDIÓW

1. Wstęp

Ostatnio ożywiła się dyskusja o miejscu Kościoła we współczesnym świecie. Prawda o chrześcijańskich korzeniach zachodniej cywilizacji coraz pełniej objawia się w publicznej debacie, w pracach socjologów, filozofów i publicystów. Teza o schyłku wiary w miarę postępu nauki okazała się fałszywa, dlatego tym bardziej doniosłą rolę ma do spełnienia duszpasterstwo z pomocą nowoczesnych mediów¹.

Duszpasterstwo to zorganizowana działalność zbawcza Kościoła urzeczywistniająca w służbie człowieka zbawcze dzieło Chrystusa przez głoszenie słowa Bożego, liturgię, posługę pasterską i świadectwo życia chrześcijańskiego, a termin ten wywodzi się z biblijnego obrazu pasterza i owczarni, wyrażającego postawę Chrystusa wobec uczniów i całego Kościoła. Zadania Kościoła możemy też określić jako apostołat (z gr. ‘posłannictwo, urząd, wysłać’), misja (z gr. ‘wysłanie, posłanie’) i ewangelizacja (z gr. ‘przekazywać, głosić dobrą nowinę’)².

Przed Kościołem stoją dwa główne zadania: nowa ewangelizacja (autoewangelizacja) oraz nowa ewangelizacja zewnętrzna (proewangelizacja), które wzajemnie się przenikają, a punktem łączącym je jest osoba. W tej misji nie da się przecenić działalności społeczno-kulturalnej i edukacyjnej³.

Jedną z dróg ewangelizacji są mass media jako wehikuł komunikacji społecznej⁴. Kościół je akceptuje. Wypowiadając się na ich temat, ukazuje przy tym zalety i słabości środków przekazu. Jednocześnie w aktywny sposób pasterze i wierni angażują media do realizacji misji Kościoła. Zwłaszcza katolickie środki

KS. JACEK MAREK NOGOWSKI, dr nauk teologicznych, prezes Fundacji Wigry Pro; e-mail: j.m.nogowski@diecezja.elk.pl

¹ Por. K. Lewandowski, *Obecność Kościoła w sferze publicznej*, „Warszawskie Studia Pastoralne” 8(2008), s. 9.

² Por. T. Wielebski, *Teologia pastoralna i duszpasterstwo w służbie ewangelizacji*, w: *Media w duszpasterstwie*, pod red. M. Przybysz, T. Wielebskiego, Warszawa 2014, s. 52–59.

³ Por. J. Przybyłowski, *Rola nowej ewangelizacji w Kościele i w świecie*, Warszawa 2014, s. 13.

⁴ Więcej o roli i funkcji mass mediów zob. G. Łęcicki, *Kościół a media*, w: *Media w duszpasterstwie*, s. 117–172.

przekazu służą ewangelizacji świata. Pozwalają dotrzeć z orędziem Chrystusowym do wielu, także niechrześcijan. Media stanowią rodzaj nowoczesnej ambony⁵.

Trudno sobie dziś wyobrazić świat bez środków przekazu. Prasa, radio, telewizja, internet towarzyszą każdemu wydarzeniu: politycznemu, gospodarczemu, społecznemu, religijnemu, kulturalnemu. Tworzą ikony popkultury i lansują trendy. W dużym stopniu kształtują świadomość oraz determinują style życia i indywidualne wybory. Media wpływają nie tylko na to, jak ludzie myślą, ale również, o czym myślą oraz wyznaczają rytm codziennego życia. Dla wielu media są „głównym narzędziem informacyjnym i formacyjnym, przewodnikiem i natchnieniem w zachowaniach indywidualnych, rodzinnych, społecznych”. Stąd trafnie są nazywane czwartą władzą, pierwszym areopagiem czy amboną świata⁶.

Wobec nowych wyzwań technologicznych Kościół nie pozostaje obojętny, choć zdaje sobie sprawę z wielu niebezpieczeństw i zagrożeń, jakie one przynoszą. Jednocześnie Kościół dostrzega w najnowszych technologiach potencjał i szansę dla nowej ewangelizacji, która w myśl słów Jezusa Chrystusa: „Idźcie więc i nauczajcie wszystkie narody” (Mt 28,19), pragnie realizować to wezwanie w każdym czasie i miejscu z wykorzystaniem różnorodnych środków przekazu. Dostrzegając, że komunikacja myśli, idei i marzeń za ich pośrednictwem łączy ludzi, a chcąc podkreślić personalistyczny, międzyludzki i społeczny charakter rzeczywistości środków społecznego przekazu Sobór Watykański II przyjął określenie środki społecznego komunikowania⁷.

Służba ewangelizacji łączy się z dostępnymi narzędziami, którymi są m.in. środki komunikacji społecznej. Magisterium Kościoła wielokrotnie wypowiedziało się na temat narzędzi komunikacji, ich znaczenia w życiu społecznym, jak również wykorzystania w misji Kościoła⁸. Celem niniejszego artykułu jest ukazanie wartości duszpasterstwa medialnego oraz wykorzystanie mediów w działalności pastoralnej Kościoła.

2. Magisterium Kościoła o mediach

Kościół już od pierwszych wieków posługiwał się w ewangelizacji różnorodnymi środkami komunikacji. Kiedy przez prawie piętnaście wieków Pismo Święte nie było dostępne większości chrześcijan, wykorzystywano przekaz ustny. Czytelnictwo spopularyzowało dopiero wynalezienie druku. W miarę rozwoju innych form i technik komunikowania społecznego Kościół zaczął korzystać z nich dla celów apostoelskich. Opinia Kościoła na temat powstających mediów ewoluowała od obojętnej nieufności, poprzez ostrożną akceptację, do coraz większego zain-

⁵ Por. A. Domaszek, *Środki komunikacji społecznej w nauczaniu Kościoła i misji ewangelizacyjnej*, „Seminare” 34(2013), s. 94.

⁶ Tamże.

⁷ Por. W. Depo, *Środki społecznego przekazu – nowa ambona Kościoła*, <<http://www.niedziela.pl/artukul/103905/nd/Srodki-spoecznego-przekazu-nowa-ambona>>, dostęp: 30.01.2015.

⁸ Por. A. Domaszek, *Środki komunikacji społecznej w nauczaniu Kościoła...*, s. 81.

teresowania i zaangażowania się po stronie nowoczesnych technik społecznego komunikowania jako narzędzi ewangelizacji współczesnego świata⁹.

Pierwszą encyklikę, w której obszernie została przedstawiona doktryna Kościoła o filmie, radiu i telewizji, ogłosił Pius XII w 1957 r., nosiła ona tytuł „Miranda prorsus”. Była niewątpliwie wielką inspiracją do powstania dokumentu II Soboru Watykańskiego z 1963 r. – Dekretu o środkach społecznego przekazywania myśli „Inter mirifica”. Kościół na Soborze przyjął określenie środki społecznego komunikowania, chcąc przez to podkreślić personalistyczny, międzyludzki i społeczny charakter rzeczywistości mass mediów. Uznał więc słowo „społeczny” za odpowiedniejsze niż „masowy”. Dekret „Inter mirifica” był to najważniejszy w XX w. dokument Kościoła katolickiego poświęcony problematyce mediów, ponieważ po raz pierwszy Sobór zabrał głos na temat mediów niedrukowanych, tzn. filmu, radia i telewizji. Dekret stał się inspiracją późniejszych wypowiedzi Kościoła dotyczących środków społecznego komunikowania. Autorzy dekretu skupili swoją uwagę na trzech zagadnieniach: formowanie prawidłowego odbioru mediów; stosowanie zasad moralnych w ich funkcjonowaniu i ocenie; ochrona młodzieży przed negatywnym wpływem mediów¹⁰.

Papieska Komisja ds. Środków Społecznego Przekazu przygotowała po II Soborze dokument, który był rodzajem instrukcji wykonawczej do Dekretu o środkach społecznego przekazywania myśli „Inter mirifica”. Instrukcja duszpasterska o środkach społecznego przekazu „Communio et progressio” zawierała wskazania dotyczące funkcjonowania Kościoła w środkach społecznego przekazu oraz problemów z tym związanych, a także określała miejsce współczesnego człowieka, który korzysta z mediów. Wyznaczono podstawowy cel mass mediów: pomoc w postępie ludzkości oraz budowę więzi społecznych, opartych na wzajemnej pomocy. „Communio et progressio” zawiera pouczenia w zakresie funkcjonowania środków społecznego przekazu, kładąc nacisk na ich moralny i chrześcijański wizerunek. Instrukcja podejmuje bardzo istotny problem, jakim jest zmiana postaw i mentalności odbiorców korzystających ze środków społecznego przekazu. Stwierdza się, że propagowane wzorce kulturowe w mediach mają decydujący wpływ na osobę, jej preferencje, styl życia, postępowanie i przyjmowane hierarchie wartości¹¹.

Realizacja posoborowych postulatów zaowocowała wieloma inicjatywami Kościoła w dziedzinie mediów. Od 1964 r. działa Papieska Komisja ds. Środków Społecznego Przekazu. Pierwszy jej istotny dokument to wspomniana Instrukcja duszpasterska „Communio et progressio” z 1971 r. Od 1967 r. obchodzony jest Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. W dalszej kolejności powstała jeszcze bardziej szczegółowa instrukcja Kongregacji ds. Seminariów i Wychowania Katolickiego z 1986 r., dotycząca nauczania problematyki mediów na uczelniach i w szkołach katolickich, jak też w seminariach duchownych. Kolejna instrukcja

⁹ Por. W. Depo, *Środki społecznego przekazu – nowa ambona Kościoła...*

¹⁰ Tamże.

¹¹ Por. A. Domaszek, *Środki komunikacji społecznej w nauczaniu Kościoła...*, s. 83–85.

wydana przez Papieską Radę ds. Środków Społecznego Przekazu w 1992 r. – „Aetatis novae” jest dalszym uszczegółowieniem rozważań soborowych¹².

Instrukcja „Aetatis” wskazała następnie na ogromną potrzebę i rolę mediów w służbie wartości religijnych, kulturowych i rodzinnych, na dialog Kościoła ze światem oraz na to, że środki przekazu funkcjonują w służbie ludzkiej wspólnoty i postępu społecznego. Niebezpieczne jest to, że środki przekazu stają się narzędziem ideologicznej i politycznej manipulacji. Kiedy dążenie do zysku i reklamy zdominuje treść przekazu, wówczas popularność okazuje się ważniejsza od jakości. Dalsze pogłębienie zasad etycznych w odniesieniu do mediów przyniósł dokument Papieskiej Rady z 2000 r. pt. „Etyka w środkach społecznego przekazu”. Przypomniano w nim pozytywny stosunek Kościoła do mass mediów. Zarazem ukazano, że narzędzia przekazu oddziałują w dobry i zły sposób na dziedziny: ekonomii, polityki, kultury, oświaty i religii. Wymiar etyczny mediów winien obejmować treść, proces przekazu oraz zagadnienia strukturalne i systemowe z nim związane. Kościół zauważył również internet, na co wskazują dokumenty specjalnie poświęcone temu zagadnieniu, opracowane przez Papieską Radę ds. Środków Społecznego Przekazu: „Etyka” oraz „Kościół”. Należy dodać, że częścią Magisterium Kościoła są liczne spotkania papieży z dziennikarzami. Inną grupę wypowiedzi papieskich stanowią coroczne orędzia ogłaszane z okazji Światowego Dnia Środków Społecznego Przekazu¹³.

Papież Jan Paweł II przypominał, że współczesne media stają się amboną, poprzez którą społeczeństwa nabywają postawy, style życia i strukturę wartości. Kościół winien z ufnością i odwagą tworzyć sferę medialną poprzez zakładanie własnych gazet, periodyków, stacji radiowych i telewizyjnych. W tej działalności ma się objawiać nowa ewangelizacja propagująca orędzie Jezusa, prawdę i miłość, do czego wzywa Duch Święty. Osobnym zadaniem jest ewangelizacja samych mediów poprzez dotarcie do kadry zarządzającej oraz pracowników środków przekazu¹⁴.

3. Kierunki pracy duszpasterskiej wobec mass mediów

Kościół również potrzebuje mass mediów. Chrześcijaństwo od samego początku jest religią komunikowania się między ludźmi, przekazywania „komunikatu” o Bogu skierowanego do człowieka. Sam zaś Kościół powinien być przyjmowany jako fundamentalny środek przekazu objawionej myśli i woli Bożej. Jednym z zadań mass mediów w odniesieniu do Kościoła jest budowanie jedności Kościoła poprzez prowadzenie dialogu, komunikowanie społeczne oraz dzielenie się informacjami o działalności i wewnętrznym życiu Kościoła. Kolejnym zadaniem mass mediów jest służba ewangelizacji, dzięki czemu Ewangelia dociera do najbardziej odległych zakątków świata. Szczególnym zadaniem mass mediów

¹² Por. W. Depo, *Środki społecznego przekazu – nowa ambona Kościoła...* .

¹³ Por. A. Domaszek, *Środki komunikacji społecznej w nauczaniu Kościoła...*, s. 85–86.

¹⁴ Por. W. Depo, *Środki społecznego przekazu – nowa ambona Kościoła...* .

w odniesieniu do Kościoła jest uświęcanie świata poprzez aktywną obecność, chrześcijańskie świadectwo i apostołską działalność¹⁵.

W działalności pastoralnej Kościoła środki społecznego przekazu kryją w sobie olbrzymi potencjał, szczególnie jeśli chodzi o internet i media społecznościowe. Kościół wypracował już kilkanaście różnorodnych form duszpasterstwa, np. blog, forum, czat, profil w serwisie społecznościowym, lajki, bazę danych online, czytelnię, radio internetowe, telewizję internetową, aż do kwizów i gier komputerowych. Celem duszpasterstwa w kulturze internetu jest: informacja (przekazując wiadomości, tworzy relację z użytkownikiem); interakcja (nawiązanie dialogu przez pocztę, czat, forum, profil, komunikatory); dostęp do treści, szczególnie w katechezie (nauczanie Magisterium, pisma ojców i doktorów Kościoła); świadectwo (świadectwo żywego Boga w internecie); wspólnota (budowanie i umacnianie relacji w grupach także poza internetem, wspólny udział w sakramentach i liturgii); modlitwa (przekazywanie intencji, propagowanie modlitwy brewiarzowej i czytań z liturgii); multimedia (materiały, nagrania, pieśni, muzyka, architektura sakralna)¹⁶.

Mass media ukazują duszpasterstwo w nowej perspektywie, dając nowe możliwości głoszenia Ewangelii, ale są też prawdziwym wyzwaniem, szczególnie w odpowiedzialności za etyczną poprawność komunikowania masowego. Respektowanie zasad etyki w sferach działalności publicznej jest konieczne ze względu na to, iż strzegą one najważniejszych praw osoby. Oto kilka najważniejszych zasad etycznych stanowiących jednocześnie kryterium doboru środków społecznego przekazu: szacunek dla komunikatu (jakim jest słowo Boże); dobro odbiorcy (ma służyć dobru człowieka); obrona ludzkiej godności; prawda (podstawowy wymóg głoszenia). Praca duszpasterska powinna uwzględniać pewne wymogi w komunikacji medialnej, np. dialog ze współczesną kulturą (wykorzystanie nowej techniki), formacja do dobra (edukacja medialna i etyka dziennikarska)¹⁷, wychowanie do krytycznego odbioru mediów (umiarkowanie, selektywność)¹⁸, formacja do dojrzałej apologetyki (odpowiedzialne korzystanie z mass mediów)¹⁹.

¹⁵ Por. T. Reroń, *Media na usługach moralności chrześcijańskiej*, Wrocław 2002, s. 157–201.

¹⁶ Por. M. Robak, *Duszpasterstwo w kulturze internetu*, w: *Media w duszpasterstwie*, s. 291–293.

¹⁷ Potrzebna jest edukacja medialna, zwana edukomunikacją, która łączy dwie dziedziny nauki: edukację i komunikację społeczną, która ma na celu kształtowanie osobowości „nowych elektronicznych obywateli”. Por. M. Kłos, *Edukumunikacja*, w: *Środki audiowizualne w katechezie*, pod red. S. Kulpaczyńskiego, Lublin 2004, s. 79–104.

¹⁸ Warto zwrócić uwagę, że media wykorzystywane są również do wszelkiej manipulacji i walki z Kościołem. Por. K. Czuba, *Media i władza*, Warszawa 1994, s. 146–148.

¹⁹ Por. M. Laskowska, *Środki społecznego przekazu w duszpasterstwie. Etyczna analiza relacji*, w: *Media w duszpasterstwie*, s. 83–115.

4. Internet w duszpasterstwie

Kierując się wskazaniem Magisterium Kościoła ksiądz, siostra zakonna czy osoba świecka mogą, i niejako mają obowiązek, twórczo korzystać z internetu, przyczyniając się w ten sposób do wypełniania misji Kościoła w świecie. Internet łączy w sobie zalety wielu mediów: prasy, radia, telewizji, i m.in. dzięki całemu bogactwu treści, jakie są dostępne dla każdego, człowiek ma szansę „postępować wciąż naprzód w odsłanianiu ukrytych zasobów i wartości”. Człowiek, poszerzając swoją wiedzę z różnych dziedzin, m.in. poprzez wzajemną wymianę z innymi, przyczynia się również do ożywiania stron internetowych Bożym Duchem. Komunikacja międzyludzka staje się „skupiona wokół Jezusa, dzięki działaniu Ducha Świętego”. Każda z osób należących do wspólnoty Kościoła, korzystając z tego „daru Bożego”, może odnaleźć praktyczne, moralne, duchowe – zgodne z nauczaniem Magisterium Kościoła – treści, dotyczące problemów życia społecznego, kulturowego czy duchowego; praktyczne rady związane ze zdrowiem człowieka, wychowywaniem młodego pokolenia, postępowaniem z osobami w różnym wieku. Każdy internauta może uzyskać chrześcijańskie wskazówki do wypełniania swoich codziennych obowiązków, niejako gotowe scenariusze czy instrukcje postępowania. Internet stanowi źródło sprawdzonych, potwierdzonych naukowo sposobów postępowania w każdym obszarze ludzkiego życia i działania²⁰.

Internet stanowi uniwersalną platformę wymiany informacji i nawiązywania kontaktów między osobami duchownymi a osobami świeckimi. Często stanowi „zaplecze terapeutyczne”, gdyż w wielu przypadkach człowiek nie ma odwagi rozmawiać o swoich problemach, dramatach „twarzą w twarz” z drugim człowiekiem, stąd łatwiej nawiązać kontakty, gdy zachowana jest pewna anonimowość. Dla osób duchownych jest to również ważne, gdyż zarówno jedna, jak i druga strona zapoznaje się ze sposobem myślenia drugiego człowieka, co jest często pierwszym krokiem do nawiązania relacji, zrozumienia drugiej osoby, by jeszcze efektywniej „prowadzić skuteczny dialog z ludźmi, zwłaszcza młodymi, którzy przesiąknięci są doświadczeniem tej nowej technologii”, a przez to pomóc dotrzeć do samej istoty problemu, zagubienia bądź braku sensu²¹.

Dwustronny przepływ informacji i poglądów, jaki następuje w internecie, zaciera stare rozróżnienie na tych, którzy komunikują coś, i tych, którzy otrzymują. Stwarza to możliwość poznania środowisk o często zupełnie odmiennych światopoglądach, co czyni chrześcijanina bardziej otwartym na „inność” tego świata (co jest już pierwszym krokiem do ekumenizmu), i jednocześnie daje szansę na zasianie ziarna Słowa Bożego na danym „obszarze” ludzkiej egzystencji. Poprzez korzystanie z nowoczesnych narzędzi pracy łatwiej dotrzeć z radością ewangeliczną do różnych osób, często niezwiązanych z Kościołem. Liczne świadectwa, dzielenie się doświadczeniem Boga umieszczane na katolickich stronach internetowych przyczyniają się u wielu osób – również tych, które deklarowały się jako osoby niewierzące – do zatrzymania i zastanowienia nad swoim „ludzkim i transcendentnym powołaniem”. Mądre korzystanie z internetu

²⁰ Por. G. Łęcicki, *Kościół a media*, w: *Media w duszpasterstwie*, s. 143–162.

²¹ Tamże, s. 140–141.

może przyczynić się do stopniowego przemieniania często pustynnej gleby serca człowieka w glebę żyzną. Jest on bowiem prawdziwą skarbnicą bogactwa duchowego Kościoła, poczynając od Pisma Świętego, poprzez dokumenty Kościoła, ojców Kościoła, świętych, rekolekcje, konferencje, docierające do szerokiego kręgu odbiorców, przekraczając „wszelkie bariery i granice”²².

Szczególne znaczenie w pracy duszpasterskiej w parafii ma prowadzenie bloga lub profilu, który rozumiany jest jako dziennik prowadzony w internecie przez osobę duchowną. Autor zamieszcza ważne i interesujące informacje z życia Kościoła i parafii, komentarz do czytań z bieżącego dnia, które są pomocą do przemyśleń dla ludzi wierzących i szukających sposobu, by żyć Ewangelią na co dzień. W kontekście duszpasterstwa w blogosferze warto zwrócić szczególną uwagę na ludzi cierpiących, dla których nowe media są środkiem wyrażania swego bólu oraz sposobem komunikowania się z innymi. Dzięki temu Kościół może towarzyszyć ludziom cierpiącym, by właściwie ukierunkować ich duchowe, fizyczne lub psychiczne zmagania. Edukacja medialna zwraca uwagę na refleksję etyczną i aksjologiczną dotyczącą poszanowania ludzkiej godności. W kontekście różnych antywartości obecność Kościoła w blogosferze wprowadza w przestrzeń wirtualną ład moralny i społeczny. Obecność duszpasterzy w serwisach społecznościowych jest okazją dotarcia do człowieka, poznawania i komunikowania się z nim²³.

5. Podsumowanie

Nie sposób w tak krótkiej dysertacji poruszyć wszystkich spraw dotyczących duszpasterskiej działalności Kościoła wobec mass mediów. Zostały zasygnalizowane najważniejsze aspekty. Misja Kościoła nie ogranicza się tylko do akcji duszpasterskich, akcji cząstkowych (przepowiadanie, liturgia, *caritas*), ale jest nową ewangelizacją, która obejmuje całą działalność Kościoła i wszystkie jej środowiska. Duszpasterstwo ma mieć charakter integralny, obejmujący zarówno odnowę życia religijnego, jak i reformę struktur duszpasterskich. Duszpasterstwo jest zróżnicowane w kierunkach, formach i metodach realizacji. Wzrasta znaczenie duszpasterstwa nadzwyczajnego oraz specjalistycznego (praca społeczna, i charytatywna, planowanie duszpasterskie, informacja i reklama, apostołat pracy i czasu wolnego), które służy duszpasterstwu zwyczajnemu swoją pomocą, inspiracją i uzupełnieniem²⁴.

Wykorzystanie mediów w misji Kościoła wymaga od wiernych odwagi i kreatywności. Środki przekazu nie są złe ze swej natury, żeby traktować je z rezerwą. Przeciwnie, myśl Magisterium domaga się dynamicznego wykorzystywania tych narzędzi, tak poprzez własne środki przekazu, najczęściej określane jako katolickie, jak poprzez media publiczne i prywatne. Nauczanie kościelne zostaje

²² Por. M. Laskowska, *Nowe media w duszpasterstwie*, w: *Media w duszpasterstwie*, s. 217–221.

²³ Tamże, s. 205–208.

²⁴ Por. R. Kamiński, *Działalność zbawcza Kościoła w teorii i praktyce pastoralnej*, Lublin 2007, s. 71–77.

też przełożone na uregulowania prawne kanoniczne, co następnie respektują wierni. Świat mediów w ostatnich dziesięcioleciach zmienia się szczególnie dynamicznie. Kościół i wszyscy wierni uważnie śledzą dokonujące się zmiany, aby dostosować do nich realizację misji ewangelizacyjnej²⁵.

W duszpasterskiej działalności Kościoła ważną rolę odgrywają środki komunikowania społecznego, ale w poszukiwaniu nowych form i metod pracy nie zapominamy o łączności z Chrystusem i dawaniu świadectwa przez ewangelizatorów. Od otwarcia się na czynnik nadprzyrodzony zależy to, czy wezwanie Kościoła do nowej ewangelizacji przyniesie owoce w postaci powrotu do wiary tych, którzy od niej odeszli²⁶.

Celem niniejszego opracowania była próba ukazania świata mediów, który jest ogromnym „darem Boga” dla człowieka. Możliwość przemawiania do tak szerokiego kręgu odbiorców nie istniała nigdy, nawet w najśmielszych wyobrażeniach wielu osób, także tych, którzy głosili Ewangelię na przestrzeni dziejów. Zdecydowane otwarcie drzwi mediów Chrystusowi sprawi, że orędzie Zbawiciela trafi do ludzkich serc i obudzi potężny potencjał do rozwoju ku pełni człowieczeństwa²⁷.

Zaangażowanie Kościoła w działalność duszpasterską za pomocą internetu wprowadza w przestrzeń nowych mediów ład aksjologiczny, poznawczy i informacyjny. Obecność Kościoła w mediach zwiększa świadomość istoty chrześcijaństwa, a im większe zaangażowanie duszpasterskie w internecie, tym więcej rozmów o Kościele, Bogu i wierze. Magisterium Kościoła zwraca uwagę na konieczność zainteresowania się w procesie ewangelizacji zwłaszcza światem tzw. nowych mediów, które kształtują sumienia i wypełniają treść życia młodzieży. Internet, który daje dostęp do ważnych zasobów religijnych i duchowych, ma zastosowanie w wielorakich działaniach ewangelizacyjnych Kościoła, katechezie i edukacji, przekazywaniu wiadomości, apologetyce, administracji i zarządzaniu, poradnictwie duszpasterskim i kierownictwie duchowym²⁸.

PASTORAL MINISTRY IN POLAND AND THE MASS MEDIA

SUMMARY

Catholic social teaching pays attention to the necessity of showing greater interest in the process of evangelization by means of social communications, especially through new media platforms. These platforms promote and impose their own lifestyles, behaviors, preferences, choices, hierarchies of values and motivations. The presence of the Church on these platforms leads to a greater awareness of what Christianity is. With an increased involvement of the Church in the media, there will be a greater space given in conversations about such themes as Church, God, faith, conscience and responsibility. Mass media puts pastoral ministry in a new perspective, but it also constitutes a real challenge, especially in so far as ethical requirements are concerned.

KEY WORDS: Catholic Social Teaching, pastoral theology, mass media, internet

²⁵ Por. A. Domaszek, *Środki komunikacji społecznej w nauczaniu Kościoła...*, s. 81.

²⁶ Por. T. Wielebski, *Teologia pastoralna i duszpasterstwo w służbie ewangelizacji*, s. 76.

²⁷ Por. W. Depo, *Środki społecznego przekazu – nowa ambona Kościoła...*

²⁸ Por. M. Robak, *Duszpasterstwo w kulturze internetu*, s. 281–294.