

KOŚCIÓŁ KATOLICKI WOBEC WSPÓŁCZESNYCH MEDIÓW - SZANSE I ZAGROŻENIA

THE ATTITUDE OF THE CATHOLIC CHURCH TO CONTEMPORARY MEDIA - OPPORTUNITIES AND THREATS

Abstrakt. Wiek, w którym żyjemy nazywany jest „wiekiem informacji”. W trzecim tysiącleciu, które rozpoczęło się zaledwie kilkanaście lat temu zostało stworzonych więcej informacji aniżeli w historii świata przed rozpoczęciem XXI wieku. We współczesnym świecie niemal każdy pozostaje w kręgu działania mediów, a działalność człowieka coraz mocniej zdominowana jest przez zaawansowane systemy technologiczne. I w tym właśnie, zdominowanym przez media świecie pełni swoją posługę duszpasterską Kościół katolicki. Na wiele sposobów zaistniał już w Internecie w ważny, pożyteczny i ciekawy sposób, ale wciąż jeszcze wiele zadań jest do spełnienia.

Słowa klucze: *Internet, Kościół katolicki, media, religia*

Summary. The age in which we live is called the „information age”. The third millennium which began just a few years ago has created more information than in the history of the world before the start of the twenty-first century. In today’s world almost everyone is influenced by media, and human activity is increasingly dominated by advanced technological systems. And in that world dominated by the media the Catholic Church fulfills its pastoral ministry. In many ways, the Church already exists on the Internet in an important, useful and interesting way, but there are still many tasks for it to fulfill.

Key word: *Internet, Catholic Church, media, religion*

Gdy kilkanaście lat temu Internet śmiało wkraczał w każdą niemal dziedzinę życia, wielu sądziło, że drzwi Kościoła katolickiego, wspólnoty z ponad dwutysiącletnią tradycją pozostaną zamknięte dla tego medium. Obawy z nim związane odnoszą się bowiem do sposobu jego funkcjonowania – pozbawiony jakiegokolwiek cenzury, każdemu pozwala na tworzenie dowolnej treści. Stało się jednak inaczej. Dzisiaj trudno byłoby sobie wyobrazić pracę parafii, administrację diecezji czy samej Stolicy Apostolskiej bez wykorzystania nowoczesnych narzędzi informatycznych. Kościół śmiało sięga po technologiczne nowości, i z powodzeniem ich używa¹. Nowe, cyfrowe technologie dystrybucji informacji wpłynęły znacząco na wszystkie wymiary ludzkiego życia, w tym także na sposób przeżywania religii. Internet i inne nowoczesne media wkroczyły do świata religii i zdomowały się w tej przestrzeni na dobre.

Kościół katolicki zawsze był ostrożny w wykorzystywaniu nowych mediów w pracy duszpasterskiej. Stanowisko to wynika zapewne z konsekwencji, jakie dla Kościoła niosło w przeszłości choćby wynalezienie druku. W obliczu zwiększającego się dostępu do książek drukowanych, pod koniec XV w., Kościół stracił przywódczą rolę w rozpowszechnianiu i udostępnianiu wiedzy, co w dużej mierze przyczyniło się do rozłamu chrześcijaństwa².

Religia i media to dwie potężne siły, które kształtują życie współczesnego człowieka. Powiązania i relacje pomiędzy nimi są tak mocne, że stanowią odrębną, interdyscyplinarną dziedzinę naukową³. Stanowisko Kościoła w odniesieniu do mediów na przestrzeni ostatnich wieków ewoluowało od chłodnego dystansu, poprzez ostrożne wykorzystanie w pracy duszpasterskiej, aż do pełnej akceptacji. Kościół katolicki przedstawia swój stosunek do mediów poprzez obchodzony od 1967 r. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. W związku z nim papież wystosowuje do wiernych specjalne orędzie związane z tematyką mediów. W orędziach tych następcy Św. Piotra dają wyraz swej pełnej akceptacji dla nowych mediów i zachęcają do

¹ Por. J. Kloch, *Internet a duszpasterstwo: filozofia umiaru*, „Więź”, 2.508/2001, s. 90.

² F. X. de Vaujany, *Between eternity and actualization. The difficult co-evolution of fields of Communication in the Vatican*, „Communications of the Association for Information Systems”, 18/2006”, s. 359.

³ J. H. Mahan, *Religion and Media*, „Religion Compass” 6.1/2012, s. 15.

ich adaptacji dla potrzeb pracy duszpasterskiej. Fundamentalne znaczenie w kształtowaniu stosunku Kościoła katolickiego do mediów miał Sobór Watykański II, a szczegółowe ustalenia zostały ujęte w dekreście o środkach społecznego przekazywania myśli *Inter mirifica*⁴.

Rozwój niezależnej prasy w XIX wieku zostało potraktowane przez Stolicę Apostolską jako zagrożenie dla należnego jej autorytetu. Grzegorz XVI w ogłoszonej w 1832 r. encyklice *Mirari vos* potępił rozpowszechnianie doktryn zwalczających naukę Kościoła, zwłaszcza propagowanie rozdziału Kościoła od państwa. Jednak jedyną słuszną decyzją było przyjęcie nowego medium i zaadoptowanie go do własnych potrzeb, co miało miejsce 18 lat później. Wówczas to w Neapolu zostało wydane, przy poparciu papieża Piusa IX, pierwsze katolickie czasopismo – *Civiltà Cattolica*⁵.

Wynalezienie radiofonii spotkało się z podobnie pełnym dystansem stosunkiem Kościoła, jak powstanie niezależnej prasy. Jednak nie musiało upłynąć zbyt wiele czasu, aby i to medium zostało zaadoptowane przez Kościół katolicki. Inauguracja watykańskiego radia miała miejsce 12 lutego 1931 r. Jednak jego możliwości nie zostały początkowo właściwie docenione, i przez kilka pierwszych lat po inauguracji wykorzystywane było sporadycznie, tylko z okazji ważnych wydarzeń kościelnych⁶.

Pierwsze radiowe transmisje Mszy Świętych miały miejsce już pod koniec lat 30. XX wieku⁷, jednak dopiero w 1936 r. watykańska Kongregacja Rytów uznała, że można przekazywać na odległość to,

⁴ K. Pokorna-Ignatowicz, *Kościół w świecie mediów. Historia-dokumenty-dylematy*, Kraków 2002, s. 83-89.

⁵ F. Dante, *Storia della „Civiltà Cattolica” (1850-1891). Il laboratorio del Papa*, Roma 1990, s. 57 i in.

⁶ F. X. de Vaujany, *Between eternity and actualization. The difficult co-evolution of fields of Communication in the Vatican*, „Communications of the Association for Information Systems”, 18/2006, s. 359.

⁷ Polski Kościół był jednym z pierwszych w Europie, który medium to zaadaptował na swoje potrzeby we wczesnym etapie jego funkcjonowania. Polskie Radio zaczęło emitować audycje religijne już w 1927 r., czyli niemal od początków istnienia polskiej radiofonii. Transmitowana 3.05.1927 r. Msza Święta z katedry w Poznaniu była najprawdopodobniej pierwszą tego typu transmisją w Europie. Polskie Radio transmitowało nabożeństwa majowe z sanktuariów maryjnych, a więc z Ostrej Bramy, Piekar, Jasnej Góry; rezurekcję z katedry wawelskiej. G. Łęcicki, *Media katolickie w III Rzeczypospolitej (1989-2009)*, „Kultura – Media – Teologia”, 2.2/2010, s. 117.

co dzieje się wewnątrz kościołów, a więc kazania i ceremonie liturgiczne. Instytucja ta zastrzegła przy tym, że wysłuchanie Mszy Świętej przez radio nie zastępuje obowiązku osobistego w niej uczestnictwa⁸. Przez długi czas Kościół katolicki wzbraniał się przed zaakceptowaniem filmu i telewizji, twierdząc, że szerzą one zgorszenie. Gdy w końcu zostały one uznane, trafnie zripostował tę sytuację Federico Fellini. Powiedział, że „gdy kino powstało, Kościół uznał je za dzieło szatana, gdy zaś w końcu Kościół odkrył, że kino jest dobrym wynalazkiem – ono rzeczywiście dziełem szatana już się stało”⁹.

W kolejnych latach Kościół katolicki coraz mocniej zaprzyjaźniał się z mediami, dostrzegając szansę, jaką niesie ich użytkowanie w pracy duszpasterskiej. Pierwszym z papieży, który nazwał media cudownymi prezentami od Boga był Pius XII. W 1971 r. opublikowana została instrukcja duszpasterska o środkach społecznego przekazu *Communio et Progressio*, zwana często *Magna Charta* komunikacji społecznej, pod wieloma względami pozostająca do dzisiaj najważniejszym dokumentem kościelnym dotyczącym mediów¹⁰. W dokumencie tym media zostały ponownie nazwane darami bożymi, których przemyślane i właściwe wykorzystanie jest obowiązkiem Kościoła. Następcą Piusa XII, papież Paweł VI, jeszcze mocniej zaakcentował znaczenie mediów w pracy Kościoła, nazywając media narzędziem, z którego Kościół nie tylko może, ale zobowiązany jest korzystać¹¹.

W przeciwieństwie do ostrożnego dystansu, jaki charakteryzował pierwsze kontakty Kościoła z wcześniejszymi mediami, potęgę Internetu Stolica Apostolska doceniła niemal od początku jego powstania. Kościół dostrzegł jego ogromne możliwości, wynikające z natychmiastowego dostępu do informacji bezpośrednio po ich umieszczeniu w sieci. Jednocześnie był przy tym świadomy zagro-

⁸ H. Sławiński, *Nowoczesna technologia a liturgia, historia i współczesne wyzwania*, „Studia Wrocławskie” 14/2012, s.305.

⁹ A. Draguła, *Pan Bóg symulowany. Przyczynek do teologii cyberświata*, „Więź”, 1.519/2002, s. 40.

¹⁰ H. Rolfes, *Inter Mirifica, and What Followed: The Second Vatican Council as the Beginning of a New Era in the Relationship between the Church and the Media*, [w:] *Communio Socialis. Challenge of Theology and Ministry in the Church*, (red.) H. Rolfes, A. Zukowski, Kassel 2007, s. 8.

¹¹ Por. Paweł VI, *Adhortacja Apostolska Evangelii nuntiandi*, 1975, R. IV, p. 45.

żeń, jakie niesie źródło informacji niemal całkowicie pozbawione cenzury i kontroli. Można więc było obawiać się, że religia nie przystaje do medium zdominowanego przez treści propagujące przemoc, nienawiść i pornografię¹², a także pytać, jakie implikacje będzie mieć rozwój nowych technologii cyfrowych dla tradycyjnych form aktywności religijnej.

Przełomowym momentem otwierającym drogę instytucjom kościelnym do wykorzystania Internetu w pracy wspomagającej ewangelizację stało się orędzie papieża Jana Pawła II w 2001 r. na XXXV Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu, *Rozgłaszajcie to na dachach: ewangelia w epoce globalnej komunikacji*. Papież odniósł się bezpośrednio do Internetu, jako potężnego medium „zdolnego przenosić także religijne informacje i nauczanie poza wszelkie bariery i granice”¹³. W tym samym roku Jan Paweł II jako pierwszy papież skorzystał z poczty e-mailowej. Wykorzystał ją do symultanicznego przesłania posynodalnej adhortacji apostolskiej *Ecclesia in Oceania* do wszystkich diecezji regionu¹⁴.

Dwudziestostygodniowy okres piastowania najwyższego urzędu w Kościele katolickim przez polskiego papieża to czas, w którym media zadomowiły się w Kościele, a Kościół nauczył się z nich z powodzeniem korzystać. W tym czasie niemal każda instytucja kościelna założyła swoją witrynę internetową. Do dzisiaj reprezentują one bardzo różny poziom zarówno pod względem techniki wykonania, jak i merytoryczny. Wynika to zapewne z faktu, że jedne zostały powołane do życia w wyniku świadomości ich roli, jakie mogą spełniać w ramach promocji miejsca, inne natomiast powstały jako odpowiedź na modę, jaka wówczas zapanowała.

W 1995 r. miała miejsce inauguracja oficjalnej witryny internetowej Stolicy Apostolskiej. Watykańska strona jest bogata w treści, do których dotarcie przed jej utworzeniem, było niezwykle trudne. Obecnie można tu znaleźć wszystkie ważniejsze dokumenty na te-

¹² P. Fischer-Nielsen, *Religious Online Developments in a Secular Context*, “Masaryk University Journal of Law and Technology” 2012, nr 6.1, s. 49.

¹³ Jan Paweł II, *Orędzie na XXXV Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu, Rozgłaszajcie to na dachach: Ewangelia w epoce globalnej komunikacji*, p.3, [w:] www.kns.gower.pl/media/media2001.htm [dostęp 1.10.2013].

¹⁴ D. Raś, *Papieski e-mail*, [w:] www.opoka.org.pl/biblioteka/Z/ZW/ecclesia_oceania_email.html [dostęp 1.10.2013].

mat nauczania Kościoła katolickiego i jego doktryny. Ponadto, co jest niezwykle istotne, internauta nie musi się martwić o wiarygodność i autentyczność przedstawionych informacji, ponieważ jest to oficjalna strona Stolicy Apostolskiej¹⁵.

W pierwszej dekadzie XXI wieku nastąpił intensywny rozwój technologii mobilnych. Przestało być koniecznym logowanie się do komputera stacjonarnego w domu czy miejscu pracy, aby zanurzyć się w wirtualną rzeczywistość Internetu. Większość nowoczesnych telefonów komórkowych posiada stałe połączenie z siecią, a ich użytkownicy na bieżąco mogą śledzić wpisy swoich znajomych na Facebooku lub czytać tweety. Diametralnie zmieniła się kultura mediów. Tradycyjne media były przez ludzi użytkowane, natomiast te nowoczesne towarzyszą im niemal w każdej chwili życia. Pozwalają łączyć się ze światem w dowolnym czasie, z dowolnego miejsca i za pośrednictwem dowolnego urządzenia cyfrowego. Jedną z najważniejszych cech nowych mediów jest ukierunkowanie na komunikację dialogiczną.

Pomimo zastrzeżeń, jakie media społecznościowe początkowo budziły u ludzi Kościoła, w styczniu 2009 r. w został uruchomiony na YouTube oficjalny kanał Stolicy Apostolskiej. Kościół katolicki akceptuje media do pewnego stopnia, dąży jednak do ustalania jasnych i wyraźnych granic ich użytkowania. I tak z jednej strony watykańska witryna automatycznie generuje odpowiedzi na e-maile w imieniu papieża, z drugiej, aby utrzymać kontrolę nad treściami, nie aktywowała na żadnej ze swoich podstron funkcji umożliwiającej pozostawianie komentarzy pod artykułami, oraz dezaktywowała te funkcje na swoim kanale w serwisie YouTube¹⁶.

Jednym z nowszych fenomenów wyrosłych z kultury internetowej są blogi, dzienniki lub pamiętniki, odzwierciedlające osobowość autora. Publikowane przez blogerów treści mają skłaniać czytelników do refleksji i dyskusji, zapraszać do wspólnej duchowej podróży. Blogi powstały w miejsce coraz bardziej tracących atrakcyjność grup dys-

¹⁵ J. Botelho, *Church and the Internet*, [w:] *Communication as Mission*, (red.) L. Stanislaus, J. Ishvani, Delhi 2007, s. 238.

¹⁶ P.H. Cheong, C. Ess, C., *Religion 2.0? Relational and hybridizing pathways in religion, social media and culture*, [w:] *Digital Religion, Social Media and Culture. Perspectives, Practices and Futures*, (red.) P. H. Cheong, P. Fischer-Nielsen, P., S. Gelfgren, C. Ess, New York 2012, s. 15.

kusyjnych, przy czym spełniają podobną rolę¹⁷. Choć do dzisiaj nieustalone jest stanowisko Kościoła katolickiego wobec blogów duchownych i ich statusu prawnego w świetle prawa kościelnego¹⁸, cieszą się one dużą popularnością, w większości stanowiąc wartościowy pomost łączący księży i zakonników ze wspólnotą wiernych. Wśród blogujących duchownych dominuje pogląd, że rozwój technologii jest realizacją polecenia Stwórcy, a człowiek nie tylko jest upoważniony do korzystania z niej do dobrodziejstw, ale wręcz do tego zobligowany¹⁹.

W 2006 r. powstał Twitter, serwis udostępniający usługę mikroblogowania. Pierwszym papieżem, który założył tam swoje konto był Benedykt XVI. Pierwszą wiadomość papież opublikował 12.12.2012 r. na specjalnie utworzonym oficjalnym kanale @Pontifex. Zdarzenie to, ze względu na rangę i znaczenie można przyrównać do wygłoszenia wiele lat wcześniej przez Piusa XI pierwszego przesłania w eterze za pośrednictwem watykańskiego radia. Papież publikował teksty w ośmiu językach, w tym w języku polskim. Po ustąpieniu Benedykta XVI ze Stolicy Piotrowej aktywność w serwisie podjął wkrótce jego następca, papież Franciszek²⁰. Obecnie papieski profil na dziewięciu kontach językowych obserwuje 7,5 miliona osób, a dzięki tak zwanemu retweetnięciu, czyli przesłaniu informacji dalej do innych użytkowników, słowa Papieża trafiają do 60 milionów wiernych na całym świecie²¹.

Twitter daje duchownym na wszystkich szczeblach hierarchii możliwość łatwego i szybkiego dotarcia do wiernych, przekazania informacji o ważnych wydarzeniach²². Wielu duchownych dostrzega i wykorzystuje możliwości mikroblogowania do wzmocnienia powią-

¹⁷ A. Zukowski, *Shifting sands: Catechesis, Imagination and the Digital Culture*, [w:] *Communicatio Socialis. Challenge of Theology and Ministry in the Church*, (red.) H. Rolles, A. Zukowski, Kassel 2007, s. 133.

¹⁸ A. Adamski, *Ksiądz w blogosferze*, „Kultura – Media – Teologia” 2.2/2011, s. 99.

¹⁹ H. Campbell, *Spiritualising the Internet. Uncovering discourses and narratives of religious Internet usage*, „Online – Heidelberg Journal of Religions on the Internet” 1.1/2005, s. 8.

²⁰ H. Sławiński, *Nowoczesna technologia a liturgia, historia i współczesne wyzwania*, „Studia Wrocławskie” 14/2012, s. 303.

²¹ Źródło: Radio Watykańskie, informacja w sieci dostępna pod adresem: www.podlasie24.pl/wiadomosci/z-zycia-kościola/papież-od-roku-na-twitterze----10be0.html [dostęp 21.10.2013].

²² A. D. Coppedge, *The Reason Your Church Must Twitter*, e-book 2009, www.southernohiosynod.org/aws/SOS/asset_manager/get_file/20639 [dostęp 22.10.2013].

zań pomiędzy wiernymi a instytucją kościelną. Rozsyłają krótkie informacje, w których namawiają wiernych do uczestniczenia w kazaniach on-line, a w nich zachęcają do odwiedzenia miejsc zgromadzeń w realnym świecie²³.

Portale społecznościowe przeddefiniowały rolę, jaką pełnią w Kościele jego liderzy. Blogujący papież, biskupi i proboszczowie stali się partnerami w dyskusji, a nie tylko twórcami informacji i nadawcami komunikatów²⁴. Gdy Stolica Apostolska zaistniała w mediach społecznościowych, udzieliła tym samym w najprostszy sposób, bo na zasadzie przykładu, odpowiedzi na pytanie, czy platformy te są odpowiednim miejscem dla Kościoła.

Wielu duchownych, nie tylko księży parafialnych, ale również biskupów i kardynałów było aktywnych na społecznościowych portalach dużo wcześniej, zanim zostały założone oficjalne kanały papieskie. Duchowni katolicy nie stronią od mediów społecznościowych. Świadomi ogromnego ich powodzenia, szczególnie wśród młodego pokolenia, tworzą rozbudowane wideoblogi, zakładają profile na Facebooku i Tweeterze.

Obecne wielu duchownych chętnie korzysta z nowoczesnych, mobilnych urządzeń zarówno w prywatnym czasie, jak i także podczas publicznych wystąpień. Zdarza się, że odmawiają brewiarz z pliku zapisanego na iPodzie, czytają komentarze do liturgii, modlitwy wiernych i homilie. W niektórych diecezjach stanów Zjednoczonych biskupi przesyłają do parafii listy pasterskie w wersji prezentacji multimedialnej, które księża koncelebranci oglądają zasiadając na czas ich odtwarzania w ławach wraz z wiernymi. W szczególnie spektakularny sposób wykorzystał produkt nowoczesnej technologii meksykański kardynał Norberto Rivera Carrera. W Środę Popielcową 2011 r. w katedrze metropolitalnej w Meksyku w czasie porannej Mszy Świętej czytał Ewangelię nie z drukowanej książki, lecz iPada firmy Apple²⁵.

²³ P. H. Cheong, *Twitter of Faith. Understanding social media networking and micro-blogging rituals as religious practices*, [w:] P. H. Cheong, P. Fischer-Nielsen, S. Gelfgren, C. Ess (red.), *Digital Religion, Social Media and Culture: Perspectives, Practices Futures*, Peter Lang International Academic Publishers, New York – Bern – Frankfurt 2012, s. 202.

²⁴ P.H. Cheong, *Authority* [w:] *Digital Religion. Understanding Religious Practice in New Media Worlds*, (red.) H. Campbell, New York 2013, s. 88.

²⁵ H. Sławiński, *Nowoczesna technologia...*, s. 307-309.

Ogromna funkcjonalność nowoczesnych urządzeń mobilnych sprawia, że ich twórcy i użytkownicy przypisują im niemal boskie cechy. Po mającej miejsce w 2007 r. premierze, nowy iPod został obwołany „technologicznym Zbawicielem”, a internauci nadali mu miano „telefonu Jezusa” i „świętego Graala wszystkich gadżetów”²⁶. Każdego niemal dnia powiększa się liczba aplikacji przeznaczonych na nowoczesne telefony komórkowe, a część z nich to oferta religijna.

Praktyki religijne nie są już związane z konkretnym miejscem i czasem. Wystarczy mieć pobożną chęć i telefon w kieszeni, aby oddać się religijnym praktykom, w dowolnym miejscu i czasie. Jedną z najpopularniejszych aplikacji religijnej na świecie jest dostępna w ponad 100 językach świata *Digital Bible*. Zaawansowane funkcje pozwalają wyszukać konkretne fragmenty Pisma Świętego, które można przeczytać lub odsłuchać, istnieje także możliwość interakcji z innymi użytkownikami aplikacji²⁷. Aplikacja o nazwie *Confession: A Roman Catholic App* powstała w celu wsparcia przygotowania do sakramentu pojednania. Za pomocą pytań i sugestii generowanych na podstawie danych wewnętrznych aplikacji oraz podanych przez penitenta informacji o sobie przeprowadza go przez szczegółowy proces rachunku sumienia.

W obliczu rosnącej oferty religijnych aplikacji pojawia się pytanie o akceptowalny i dopuszczalny próg wykorzystania i kształtowania obrzędów i praktyk religijnych w cyfrowym świecie²⁸. Wiele wspólnot religijnych, w tym także chrześcijańskich, dopuszcza celebrowanie rytuałów i udzielanie sakramentów przez Internet. W 2005 r. Kościół katolicki przedstawił oficjalne stanowisko, w którym oświadczył, że do sakramentu spowiedzi wymagana jest fizyczna obecność spowiadającego się²⁹. Podobnie transmisja internetowa czy telewizyjna relacje na żywo Mszy Świętej nie zastąpi fizycznej obecności wśród zgromadzonych wiernych danej wspólnoty³⁰.

²⁶ H. Campbell, *When Religion meets New Media*, Abington 2010, s. 1.

²⁷ Więcej informacji na temat aplikacji: www.bible.com/pl [dostęp 5.10.2013].

²⁸ H. Campbell, *Spiritualising the Internet. Uncovering discourses and narratives of religious Internet usage*, „Online – Heidelberg Journal of Religions on the Internet”, 1.1, 2005, s.8-14.

²⁹ R. Kluver, Y. Chen, *The Church Of Fools. Virtual Ritual And Material Faith*, „Online – Heidelberg Journal of Religions on the Internet”, 3.1/2008, s. 119.

³⁰ S. E. George, *Believe It or Not. Virtual Religion in the 21st Century*, [w:] *End-User*

W dzisiejszych czasach media przejęły wiele funkcji, które wcześniej zdominowane były przez instytucje religijne³¹. Nie można już dzisiaj zastanawiać się, czy właściwe jest wykorzystanie nowych mediów w pracy duszpasterskiej, ale należy opracowywać metody, które sprawią, by była jak najskuteczniejsza. Środki społecznego przekazu dla współczesnego człowieka stanowią główne źródło informacji, stąd też są dzisiaj niezbędne w procesie ewangelizacji³². Kościół nie ma określonej jednej, priorytetowej metody, za pomocą której głosi swoją naukę. Dostrzegając nowe możliwości bada je i ocenia, a gdy dostrzeże szansę na ich wartościowe wykorzystanie, adoptuje je do swoich potrzeb³³.

Przez wiele lat przekaz w mediach katolickich kierowany był do wiernych, którzy już byli blisko związani z Kościołem i instytucjami kościelnymi. Tymczasem np. Internet, dzięki prywatności, elastyczności i dostępności bez ograniczeń czasowych, jest doskonałym narzędziem zwracania się do grup, które z jakichkolwiek przyczyn pozostają z dala od Kościoła, co nie znaczy, że nie będą stroną w podjętym dialogu poprzez media³⁴.

Większość duchownych katolickich uznaje, że nowe media można wkomponować w duszpasterstwo tradycyjne, a zatem aktywność religijna wiernych z wykorzystaniem tych pomocy jest tylko uzupełnieniem, a nie zamiennikiem życia religijnego. Chodzi o to, aby zwiększyć wachlarz możliwości dotarcia do wiernych, a nie zastępować stare, sprawdzone metody, nowymi, innowacyjnymi eksperymentami, których skutki działania można będzie ocenić dopiero w przyszłości³⁵.

Computing: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications, (red.) S. Clarke, Hershey 2008, s. 2302.

³¹ S. Hjarvard, *The mediatisation of religion. Theorising religion, media and social change*, "Culture and Religion" 12.2/2011, s. 119.

³² F. Pascual, *La Iglesia católica ante el mundo de Internet*, "Ecclesia", XXV,2/2011, s. 164

³³ A. Zukowski, *Shifting sands: Catechesis, Imagination and the Digital Culture*, [w:] *Communicatio Socialis. Challenge of Theology and Ministry in the Church*, (red.) H. Rolfes, A. Zukowski, Kassel 2007, s. 120.

³⁴ D. Frank, *Taking on the Challenge of Furthering Catholic Communications: An Ongoing Task in an Ever-Changing World*, [w:] *Communicatio Socialis. Challenge of Theology and Ministry in the Church*, (red.) H. Rolfes, A. Zukowski, Kassel 2007, s. 114-115.

³⁵ Por. P. Siuda, *Religia a Internet. O przenoszeniu się religijnych granic do cyberprzestr-*

* * *

Ewangelizacji z pomocą nowoczesnych mediów nie można nie doceniać, ale także nie należy przeceniać. Wciąż wiele wspólnot i społeczności pozostaje poza zasięgiem sieci internetowej, a przyczyny tego stanu rzeczy dają podstawę sądzić, że sytuacja ta nie zmieni się w najbliższym czasie. Chodzi tu nie tylko o brak infrastruktury technicznej, ale także cały szereg przyczyn ekonomicznych, społeczno-kulturalnych i edukacyjnych. Dlatego wiele kultur nie jest obecnych w Internecie, podobnie jak w innych mediach. Sytuacja ta dotyczy np. ogromnej liczby mieszkańców Środkowej Afryki, do których można dotrzeć z pracą duszpasterską opartą na tradycyjnych metodach³⁶.

Zasoby Internetu wydają się być niemal nieograniczone, ale ich rozproszenie i brak uporządkowania jest przyczyną, że wielu użytkowników błądzi po omacku w poszukiwaniu informacji. W sieci funkcjonuje wiele wartościowych stron katolickich, których treści kształtują opinię publiczną i pozwalają właściwie odebrać posłannictwo Kościoła. Jednak dotarcie do nich często nie jest łatwe ze względu na panujący w nim szum informacyjny. Wiarygodność i rzetelność publikowanych treści jest bardzo trudna do ustalenia, szczególnie że dużej części z nich nikt nigdy nie zweryfikował, a rolę autorytetów kościelnych częstokroć przejmują webmasterzy i moderatorzy stron internetowych³⁷. Internauci często bezkrytycznie przyjmują wiadomości publikowane na pseudokatolickich, nieautoryzowanych stronach tworzonych przez anonimowych autorów. Należy więc odpowiedzieć na pytanie, czy „szukając Boga w sieci” naprawdę znajdujemy to, czego szukaliśmy³⁸.

* * *

W latach 90. XX wieku trwały intensywne dyskusje pomiędzy badaczami na temat przyszłości religii, która w nieuchronny sposób ewoluuje w obliczu rozwoju nowoczesnego wynalazku, jakim był Internet. Ame-

zeni, Warszawa 2010, s. 204.

³⁶ G. Deussen, *The Cultures of Africa – Voiceless in the internet. An Exploration in Franz-Josef Eilers' Tracks* [w:] *Communicatio Socialis. Challenge of Theology and Ministry in the Church*, (red.) H. Rolfes, A. Zukowski, Kassel 2007, s. 38-40.

³⁷ H. Campbell, *When Religion meets New Media*, Routledge, Abington 2010, s. 25.

³⁸ O. Krüger, *Discovering the invisible Internet*, „Online – Heidelberg Journal of religions on the Internet”, 1.1/2005, s. 10.

rykańska socjolog religii, Brenda Brasher, w swojej znanej książce na temat wzajemnych relacji religii i Internetu przewidywała, że Internet w XXI w. będzie dominującą płaszczyzną religijnej aktywności³⁹. Jednak te utopijne wizje nie sprawdziły się. Nic nie wskazuje na to, aby należało obawiać się, że wirtualny świat zdominuje namacalną, cielesną rzeczywistość⁴⁰. Badania podjęte pod koniec XX wieku wykazały, że członkostwo w religijnych wspólnotach w sieci nie przekłada się na porzucanie przez wiernych rzeczywistych wspólnot religijnych⁴¹. Ponadto olbrzymia podaż i różnorodność oferty religijnej i quasireligijnej zniechęca i rozczarowuje użytkowników Internetu, co często przekłada się na wzrost ich aktywności religijnej w realnym świecie⁴².

Kościół coraz szerzej wykorzystuje tradycyjne i nowoczesne media do wzmocnienia swojej pozycji i ugruntowania autorytetu, chociaż to właśnie media częstokroć obarcza się odpowiedzialnością za odchodzenie od zinstytucjonalizowanego Kościoła i indywidualizację przeżywania wiary⁴³.

Wiek cyfrowej komunikacji, w którym żyjemy ewoluuje i ciągle stawia nas przed nowymi wyzwaniami, oferując coraz to nowsze, szybsze, zaskakujące ogromnymi możliwościami media komunikacyjne. Kultura komunikacji zmienia się, i jest to proces nieunikniony i postępujący. Czy jednak zmiany te są aż tak rewolucyjne? Być może jest tak, jak ujął to w trafny sposób niemiecki lingwista Helmut Feldweg, że „nowe media oferują stare wino w nowych bukłakach”⁴⁴.

LITERATURA

Adamski A., *Książd w blogosferze*, „Kultura – Media – Teologia” 2010, nr 2.2.
J. Botelho, *Church and the Internet*, [w:] *Communication as Mission*, (red.) L. Stanislaus, J. Ishvani, Delhi 2007

³⁹ B. Brasher, *Give Me That Online Religion*, San Francisco 2001, s. 19.

⁴⁰ D. E. Cowan, *Online U-Topia. Cyberspace and the Mythology of Placelessness*, „*Journal for the Scientific Study of Religion*” 44.3/2005, s. 262.

⁴¹ P. H. Cheong, P. J. Poon., S. H. Huang, I. Casas, *The Internet highway and religious communities. Mapping and contesting spaces in religion-online*, „*The Information Society*” 25.5/2009, s. 291–302.

⁴² M. Castells, *The Rise of the Network Society: Economy, Society and Culture. The Information Age: Economy, Society and Culture*, Malden 2000, s. 406.

⁴³ J. H. Mahan, *Religion and Media*, „*Religion Compass*” 6.1/2012, s. 14.

⁴⁴ H. Feldweg, *Wörterbücher und neue Medien: Alter Wein in neuen Schläuchen?*, „*Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik*” 27.107/1997, s.110-123.

- Brasher B., *Give Me That Online Religion*, Jossey-Bass, San Francisco 2001.
- Campbell H., *Spiritualising the Internet. Uncovering discourses and narratives of religious Internet usage*, "Online – Heidelberg Journal of Religions on the Internet" 1.1/2005.
- Campbell H., *When Religion meets New Media*, Routledge, Abington 2010.
- Campbell H., La Pastina A. C., *How the iPhone became divine: new media, religion and the intertextual circulation of meaning*, "New Media & Society" 20/2010.
- Castells, M., *The Rise of the Network Society: Economy, Society and Culture. The Information Age: Economy, Society and Culture*, Malden 2000.
- Cheong P. H., *Twitter of Faith. Understanding social media networking and microblogging rituals as religious practices*, [w:] *Digital Religion, Social Media and Culture: Perspectives, Practices Futures*, (red.), P. H. Cheong, P. Fischer-Nielsen, S. Gelfgren, C. Ess, New York – Bern – Frankfurt 2012.
- Cheong P.H., Ess C., *Religion 2.0? Relational and hybridizing pathways in religion, social media and culture*, [w:] *Digital Religion, Social Media and Culture. Perspectives, Practices and Futures*, (red.) P.H. Cheong, P. Fischer-Nielsen, S. Gelfgren, C. Ess, New York – Bern – Frankfurt 2012.
- Cheong P.H., *Authority* [w:] *Digital Religion. Understanding Religious Practice in New Media Worlds*, (red.) H. Campbell, New York 2013.
- Cheong P. H., Poon P. J., Huang S. H., Casas I., *The Internet highway and religious communities. Mapping and contesting spaces in religion-online*, "The Information Society" 25.5/2009.
- Cowan, D. E. *Online U-Topia. Cyberspace and the Mythology of Placelessness*, "Journal for the Scientific Study of Religion" 44.3/2005.
- Dante, F., *Storia della „Civiltà Cattolica” (1850-1891). Il laboratorio del Papa*, Roma 1990.
- Deussen, G., *The Cultures of Africa – Voiceless in the internet. An Exploration in Franz-Josef Eilers' Tracks* [w:] *Communicatio Socialis. Challenge of Theology and Ministry in the Church*, (red.) H. Rolfes, A. Zukowski, Kassel 2007.
- Draguła, A., *Pan Bóg symulowany. Przyczynek do teologii cyberświata*, „Więź” 1.519/2002.
- Feldweg, H., *Wörterbücher und neue Medien: Alter Wein in neuen Schläuchen?*, „Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik“ 27.107/1997.
- Fischer-Nielsen P., *Religious Online Developments in a Secular Context*, "Masaryk University Journal of Law and Technology" 6.1/2012.
- Frank, D., *Taking on the Challenge of Furthering Catholic Communications: An Ongoing Task in an Ever-Changing World*, [w:] *Communicatio Socialis*.

- Challenge of Theology and Ministry in the Church*, (red.) H. Rolfes, A. Zukowski, Kassel 2007.
- George, S. E., *Believe It or Not. Virtual Religion in the 21st Century*, [w:] *End-User Computing: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications*, (red.) S. Clarke, Hershey 2008.
- Kloch, J., *Internet a duszpasterstwo: filozofia umiaru*, „Więź”, 2.508/2001.
- Kluver, R. Y. Chen, *The Church Of Fools. Virtual Ritual And Material Faith*, “Online – Heidelberg Journal of Religions on the Internet”, 3.1/2008.
- Krüger, O., *Discovering the invisible Internet*, “Online – Heidelberg Journal of religions on the Internet”, 1.1/2005.
- Mahan, J. H., *Religion and Media*, “Religion Compass” 6.1/2012.
- Pascual, F., *La Iglesia católica ante el mundo de Internet*, “Ecclesia”, XXV,2/2011.
- Pokorna-Ignatowicz, K., *Kościół w świecie mediów. Historia-dokumenty-dylematy*, Kraków 2002.
- Rolfes, H., *Inter Mirifica, and What Followed: The Second Vatican Council as the Beginning of a New Era in the Relationship between the Church and the Media*, [w:] *Communicatio Socialis. Challenge of Theology and Ministry in the Church*, (red.) H. Rolfes, A. Zukowski, Kassel 2007.
- Roof W. C., *Spiritual Marketplace. Baby Boomers And The Remaking Of American Religion*, Princetown 1999.
- Siuda P., *Religia a Internet. O przenoszeniu się religijnych granic do cyberprzestrzeni*, Warszawa 2010.
- Sławiński H., *Nowoczesna technologia a liturgia, historia i współczesne wyzwania*, „Studia Wrocławskie” 14/2012.
- de Vaujany, F. X., *Between eternity and actualization. The difficult co-evolution of fields of Communication in the Vatican*, “Communications of the Association for Information Systems”, 18/2006.
- Zukowski, A., *Shifting sands: Catechesis, Imagination and the Digital Culture*, [w:] *Communicatio Socialis. Challenge of Theology and Ministry in the Church*, (red.) H. Rolfes, A. Zukowski, Kassel 2007.

Dokumenty kościelne

- Paweł VI, Adhortacja Apostolska *Evangelii nuntiandi*, 1975.
- Jan Paweł II, Orędzie na XXXV Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu, *Rozgłaszajcie to na dachach: Ewangelia w epoce globalnej komunikacji*, 2001.

Netografia

- D. Raś, *Papieski e-mail*, [w:] www.opoka.org.pl/biblioteka/Z/ZW/ecclesia_oceania_email.html. Źródło: Radio Watykańskie, informacja w sieci

dostępna pod adresem: www.podlasie24.pl/wiadomosci/z-zycia-kosciola/papiez-od-roku-na-twitterze---10be0.html [dostęp 21.10.2013].
A. D. Coppedge, *The Reason Your Church Must Twitter*, e-book 2009, [w:] www.southernhiosynod.org/aws/SOS/asset_manager/get_file/20639 [dostęp 22.10.2013].
www.bible.com/pl [dostęp 5.10.2013].

