

KS. PAWEŁ MAKOSA

MIEJSCE I ROLA WSPÓŁCZESNYCH MEDIÓW W KATECHEZIE

Nie bez przyczyny media nazywane są czwartą władzą, gdyż ich wpływ na odbiorców jest bardzo znaczący i stale wzrasta. Wynika to przede wszystkim z bardzo dużego zasięgu mediów masowych, tj. prasy, radia, telewizji czy Internetu, a także z atrakcyjnej i coraz częściej polisensorycznej formy, która z jednej strony stanowi podstawową motywację do korzystania z nich, a z drugiej wpływa na sugestywność przekazywanych treści.

Z roli, jaką odgrywają media, zdaje sobie sprawę także Kościół i od wielu już lat zabiera głos na temat kryteriów tworzenia i odbierania materiałów medialnych. Dostrzega w nich także szansę dla swojej, szeroko rozumianej, działalności ewangelizacyjnej. W obliczu coraz większego pluralizmu warto jednak podjąć refleksję nad miejscem katolickiej katechezy we współczesnych mass mediach. Postawiony w artykule problem można wyrazić pytaniem: Jakie miejsce zajmują oraz jaką rolę pełnią współczesne media w katechezie Kościoła katolickiego w Polsce? Tak sformułowany problem wskazuje na problematykę, do której należy zaliczyć wskazania Kościoła odnośnie do mass mediów, media jako narzędzie katechezy, rodzaj i zasięg polskich mediów katolickich oraz wnioski i postulaty.

Na początku trzeba jednak wyjaśnić terminy „katecheza” oraz „media” użyte w tytule. Najbardziej wiarygodne określenie katechezy pochodzi z adhortacji Jana Pawła II *Catechesi tradendae* z 1979 roku (CT 18) i zostało przejęte przez *Katechizm Kościoła Katolickiego* (KKK 5). Według tych doku-

mentów katecheza jest „wychowaniem w wierze dzieci, młodzieży i dorosłych, a obejmuje przede wszystkim nauczanie doktryny chrześcijańskiej, przekazywane na ogół w sposób systematyczny i całościowy, dla wprowadzenia wierzących w pełnię życia chrześcijańskiego” (CT 18). Ostatecznym zaś jej celem jest „doprowadzenie nie tylko do spotkania z Jezusem, ale do zjednoczenia, a nawet głębokiej z Nim zażyłości” (CT 5; DOK 80).

Tak rozumiana katecheza Kościoła katolickiego powinna spełniać wymóg integralności treści oraz ich hierarchizacji. Pierwszy z nich polega przede wszystkim na przekazaniu całości depozytu wiary zawartego w słowie Bożym obecnym w Piśmie Świętym i Tradycji Kościoła (por. KO 21; 24). Natomiast hierarchizacja prawd wiary to przekazywanie najpierw prawd najważniejszych, a następnie wszystkich pozostałych. Z tych względów jest rzeczą oczywistą, że narzędziem katechezy w ścisłym sensie mogą być tylko mass media katolickie, które posiadają autoryzację odpowiedniej władzy kościelnej.

Z kolei termin „media” rozumiany jest jako „mass media”, traktowane jako narzędzia „przekazywania wielkim masom odbiorców identycznych lub analogicznych treści płynących z nielicznych źródeł”¹. Termin ten w nomenklaturze eklezjalnej oddawany jest najczęściej przez wyrażenia: „środki społecznego przekazu” lub „środki społecznego komunikowania”². Nie wdając się w szczegółowe dywagacje, w artykule pojęcie to będzie używane w odniesieniu do prasy, radia, telewizji oraz Internetu.

I. WSKAZANIA KOŚCIOŁA ODNOŚNIE DO MASS MEDIÓW

Refleksję nad rolą i miejscem katechezy w mediach warto rozpocząć od przedstawienia oficjalnego stanowiska Kościoła wobec mass mediów³. Zawiera ono kryteria, w świetle których należy oceniać rzeczywistość eklezjalną. Pomijając historyczne analizy, skądinąd ciekawe⁴, zostanie ukazane aktualne

¹ A. B a c z y ń s k i. *Mass media*. W: *Leksykon teologii pastoralnej*. Red. R. Kamiński, W. Przygoda, M. Fiałkowski Lublin 2006 s. 465.

² J. S m o l e ń. *Media w duszpasterstwie. Z nauczania Magisterium Ecclesiae*. „Biuletyn Edukacji Medialnej” 2006 nr 1 s. 62.

³ Kwestie te były już wielokrotnie analizowane, ale ze względu na wymogi metodologiczne zostały umieszczone także w niniejszym artykule. Zob. P. M a k o s a. *Mass media narzędziem czy środowiskiem katechezy?* W: *Katechetyka i katecheza u progu XXI wieku*. Red. A. Kiciński. Poznań 2007 s. 381-385.

⁴ A. Baczyński wyróżnia cztery okresy w ewolucji poglądów Kościoła na mass media: moralizatorsko-obronny, okres otwarcia na środki przekazu, okres pogłębionej refleksji teolo-

stanowisko Kościoła w odniesieniu do analizowanych kwestii, zawarte m.in. w: *Inter mirifica*⁵ (1963), *Communio et progressio*⁶ (1971) czy *Aetatis novae*⁷ (1992). Znaczące są także orędzia na Światowe Dni Środków Społecznego Przekazu oraz dokumenty wydawane przez Papieską Radę do Spraw Środków Społecznego Przekazu.

Inter mirifica jest pierwszym dokumentem w historii Kościoła odnoszącym się do wszystkich ówczesnie znanych mass mediów, tj. prasy, filmu, radia i telewizji. *Communio et progressio* po raz pierwszy zawiera teologię mediów masowych. *Aetatis novae* natomiast „postuluje bardzo pilną potrzebę tworzenia specjalnych programów duszpasterskich w dziedzinie środków przekazu”⁸.

Jan Paweł II w orędziu na XXIV Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu pisze natomiast: „Kościół byłby winny przed swoim Panem, gdyby nie używał tych potężnych pomocy, które umysł ludzki coraz bardziej usprawnia i doskonali. Za ich pośrednictwem głosi orędzie, które zostało mu powierzone, *na dachach*”⁹.

W sprawie mass mediów, traktowanych globalnie, wypowiadają się także dokumenty katechetyczne. *Catechesi tradendae* mówi o wielkich możliwościach, jakie dla katechezy niosą „środki społecznej informacji” (CT 46). *Dyrektorium Ogólne o Katechizacji*¹⁰ cytuje natomiast adhortację Pawła VI *Evangelii nuntiandi*, mówiąc, że mass media stanowią „nowe i skuteczne

gicznej oraz okres posoborowy. Zob. A. B a c z y ń s k i. *Telewizja w służbie ewangelizacji*. Kraków 1998 s. 466; por. M ą k o s a, jw. s. 381-382.

⁵ Sobór Watykański II. *Dekret o środkach społecznego przekazywania myśli „Inter mirifica”* (4.12.1963). Tekst dostępny m.in. na stronie: www.ekai.pl/bib.php/dokumenty/inter_mirifica/inter_mirifica.html. Dalej w skrócie: IM. Wszystkie strony internetowe wykorzystane w niniejszym artykule były odwiedzane dniami 27-30 grudnia 2010.

⁶ Papieska Komisja do Środków Społecznego Przekazu. *Instrukcja duszpasterska o środkach społecznego przekazu „Communio et progressio”* (23.05.1971). Tekst dostępny m.in. na stronie: www.kns.gower.pl/stolica/communio.htm. Dalej w skrócie: CP.

⁷ Papieska Rada do Spraw Środków Społecznego Przekazu. „*Aetatis novae*”. *Instrukcja duszpasterska o przekazywaniu społecznym w dwudziestą rocznicę ogłoszenia Instrukcji „Communio et progressio”* (22.02.1992). Tekst dostępny m.in. na stronie: www.kns.gower.pl/stolica/aetatis.htm. Dalej w skrócie AN.

⁸ A. L e p a. *Wprowadzenie*. W: *Prasa, radio, telewizja, film w nauczaniu Kościoła. Antologia tekstów źródłowych*. Warszawa 1992 s. 4; Zob. M ą k o s a, jw. s. 382.

⁹ J a n P a w e ł I I. *Misja Kościoła w erze komputerów. Orędzie na XXIV Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu*. (24.01.1990). Tekst dostępny m.in. na stronie: www.opoka.org.pl/biblioteka/W/WP/jan_pawel_ii/przemowienia/oredzie_ssp_1990.html.

¹⁰ Kongregacja do Spraw Duchowieństwa. *Dyrektorium Ogólne o Katechizacji*. Poznań 1998 nr 75. Dalej w skrócie DOK.

formy świętego oddziaływania, współczesną amboną” (EN 45; DOK 160). *Dyrektorium Katechetyczne Kościoła Katolickiego w Polsce* poleca z kolei, aby „z jednej strony pamiętać o szansie, jaką one stwarzają dla ewangelizacji, ale z drugiej także o tym, aby one nie zasłaniały i nie utrudniały realizacji głównych celów katechetycznych¹¹”.

Kościół wypowiadał się także wielokrotnie w odniesieniu do poszczególnych mass mediów, tj. prasa, radio, telewizja, Internet. Jan Paweł II w przemówieniu do polskich biskupów z okazji wizyty *ad limina apostolorum* w 1998 r. powiedział m.in.: „zadaniem Kościoła – duszpasterzy i wiernych świeckich – jest zdecydowane popieranie rozwoju prasy katolickiej i powiększanie jej oddziaływania, jak również zachęcanie do jej czytania w celu pogłębiania znajomości prawd wiary, nauki Kościoła oraz kultury religijnej”¹². Także II Polski Synod Plenarny zachęca do rozwoju prasy katolickiej¹³.

Communio et progressio dostrzega dużą rolę radia, szczególnie transmisji Mszy św. i innych nabożeństw (CP 15). Natomiast w odniesieniu do telewizji Pius XII w encyklice *Miranda prorsus* pisał: „[...] telewizyjne transmisje liturgiczne są niezwykle owocne tak dla umocnienia wiary, jak i podbudowania świętości życia, zwłaszcza tych, którzy nie mają innych pod tym względem możliwości, uważamy za Swój obowiązek usilnie zalecać tego rodzaju programy” (MP 139).

W orędziu z 1990 roku, zatytułowanym *Misja Kościoła w erze komputerów*, papież dostrzega w rozwoju techniki komputerowej nowe środki do realizacji misji Kościoła, możliwość szybszego informowania świata o prawdach wiary, a także wyjaśniania swojego stanowiska, i poleca, aby „skorzystać z nowych możliwości, które otworzył postęp w dziedzinie techniki komputerowej i satelitarnej”¹⁴. Do najnowszych mediów odnosi się również orędzie na Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu z 2002 r. zatytułowane: *Internet: nowe forum głoszenia Ewangelii*¹⁵ oraz dokumenty wydane

¹¹ Konferencja Episkopatu Polski. *Dyrektorium Katechetyczne Kościoła Katolickiego w Polsce*. Kraków 2001 nr 48. Dalej w skrócie PDK.

¹² J a n P a w e ł II. *Odnowa człowieka i społeczeństwa dokonuje się za sprawą odnowy sumień. Przemówienie do trzeciej grupy biskupów polskich „ad limina”* (14.02.1998) nr 5. Tekst dostępny na stronie: www.episkopat.pl/?a=dokumentyKEP&doc=d-25.

¹³ *Ewangelizacja kultury i środków społecznego przekazu* (nr 86-87). W: *II Polski Synod Plenarny (1991-1999)*. Poznań 2001 s. 121-122.

¹⁴ J a n P a w e ł II. *Misja Kościoła w erze komputerów* nr 2.

¹⁵ J a n P a w e ł II. *Internet: nowe forum głoszenia Ewangelii. Orędzie na XXXVI Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu* (24.01.2002). Tekst dostępny m.in. na stronie: www.opoka.org.pl/biblioteka/W/WP/jan_pawel_ii/przemowienia/internet_aut_12052002.html.

w tym samym roku przez Papieską Radę do Spraw Środków Społecznego Przekazu pt.: *Kościół a Internet*¹⁶ oraz *Etyka w Internecie*¹⁷.

Benedykt XVI mówił w 2005 r. do polskich biskupów: „Szczególną rolę w świecie kultury mają dziś środki społecznego przekazu. Wiadomo, że nie tylko informują, ale także formują ducha ich odbiorców. Mogą zatem stanowić cenne narzędzie ewangelizacji. Ludzie Kościoła, szczególnie świeccy chrześcijanie, są wezwani, by przez prasę, radio, telewizję, Internet w jeszcze większym stopniu promowali wartości ewangeliczne”¹⁸.

Już choćby na podstawie powyższej, bardzo syntetycznej, refleksji można stwierdzić, że Kościół dostrzega znaczenie, jakie w dziele katechizacji mogą i powinny odgrywać mass media. Nie oznacza to braku krytycyzmu, w wielu bowiem miejscach dokumenty Kościoła przestrzegają przed zagrożeniami płynącymi ze złego wykorzystania mediów. Do niebezpieczeństw z tym związanych zaliczane są najczęściej: niekontrolowana wolność, okłamywanie człowieka, stwarzanie iluzji, bezwzględne nastawienie na zysk¹⁹. Pozytywne aspekty korzystania z mass mediów w katechezie dominują jednak zdecydowanie nad potencjalnymi zagrożeniami i dlatego Kościół ma obowiązek ich stosowania w szeroko rozumianej działalności ewangelizacyjnej.

Niniejszy artykuł odnosi się jedynie do mass mediów katolickich. Nie wynika to z przekonania, że elementy katechezy i ewangelizacji nie mogą mieć miejsca w innych mass mediach, ale tylko media katolickie w ścisłym tego słowa znaczeniu dają gwarancję integralności i ortodoksyjności treści, co stanowi cechy konstytutywne katechezy jako takiej. Zostaną zatem poddane analizie czasopisma, rozgłośnie radiowe, programy telewizyjne oraz strony internetowe posiadające status katolickich.

Podstawowym kryterium „katolickości” jest – według Kodeksu Prawa Kanonicznego – zgoda władzy kościelnej: kanon 216. Kodeksu Prawa Kanonicznego w odniesieniu do różnych inicjatyw podejmowanych przez wiernych

¹⁶ Papieska Rada do Spraw Środków Społecznego Przekazu. *Kościół a Internet* (22.02.2002). Tekst dostępny m.in. na stronie: www.opoka.org.pl/biblioteka/W/WR/rady_pontyfikalne/r_komunik_spol/kosciol_internet_22022002.html

¹⁷ Papieska Rada do Spraw Środków Społecznego Przekazu. *Etyka w Internecie* (22.02.2002). Tekst dostępny m.in. na stronie: www.opoka.org.pl/biblioteka/W/WR/rady_pontyfikalne/r_komunik_spol/internet_etyka_22022002.html

¹⁸ B e n e d y k t XVI. *Przesłanie Papieża Benedykta XVI do biskupów polskich przybyłych z wizytą „ad limina apostolorum”* (26.11.2005). Tekst dostępny na stronie: www.opoka.org.pl/biblioteka/W/WP/benedykt_xvi/przemowienia/bpi-pl_pk_26112005.html

¹⁹ Por. A. N i w i Ń s k i. *Środki informatyczne a katecheza*. Kraków 2004 s. 342-344.

stwierdza: „Żadna jednak inicjatywa nie może sobie przypisywać miana katolickiej, jeśli nie otrzyma zgody kompetentnej władzy kościelnej”.

Wspomniana zgoda Kościoła dla mediów katolickich wyrażać się może w akcie założenia, dotowania pisma, nominacji asystenta kościelnego oraz we współdziałaniu z redakcją²⁰. II Polski Synod Plenarny za media katolickie uważa te, które mają asystenta kościelnego, ustanowionego przez miejscowego biskupa. Zadaniem takiego asystenta jest czuwanie nad ortodoksyjnością i integralnością przedstawianych treści²¹.

II. MEDIA NARZĘDZIEM KATECHEZY

Po przedstawieniu stanowiska Kościoła odnośnie do mass mediów należy ukazać ich rolę w działalności katechetycznej, przy uwzględnieniu opisanych wyżej konstytutywnych elementów katechezy. Podstawowe pytanie, na które należy udzielić odpowiedzi, brzmi: czy w mediach możliwa jest realizacja pełnej katechezy? Poszukując na nie odpowiedzi warto odnieść się do zadań katechezy sformułowanych przez *Dyrektorium Ogólne o Katechizacji* i ustalić, czy możliwa jest ich realizacja w mediach. Do zadań tych należą: rozwijanie poznania wiary, wychowanie liturgiczne, formacja moralna, nauczanie modlitwy, wychowanie do życia wspólnotowego i wprowadzenie do misji (DOK 85-86).

Pierwsze z zadań koncentruje się na przekazie katolickiego depozytu wiary. Wydaje się, że mass media mogą odegrać tutaj znaczącą rolę. Podstawowy problem stanowi jednak kwestia czuwania nad ortodoksyjnością przekazywanych treści, co jest bardzo trudne w odniesieniu do programów radiowych, telewizyjnych, a szczególnie stron internetowych²². Oczywistym wydaje się zatem fakt, że gwarancję realizacji tego zadania katechezy dają jedynie media katolickie.

Mass media mogą wspomagać również wychowanie liturgiczne. Dokonywać się to może przede wszystkim przez wyjaśnianie rytów poszczególnych sakramentów i obrzędów, ich teologicznego i egzystencjalnego znaczenia. Ważne jest też umożliwienie częściowego udziału w liturgii (np. transmisje,

²⁰ A. L e p a. *Katalog prasy katolickiej w Polsce*. Łódź 1994 s. 4.

²¹ II Polski Synod Plenarny. *Ewangelizacja kultury i środków masowego przekazu*. W: *II Polski Synod Plenarny (1991-1999)*. Poznań 2001 s. 122; Zob. A. A d a m s k i. *Książka w blogosferze*. „Kultura – media – teologia” 2010 nr 2 s. 102-104.

²² Por. N i w i ń s k i, jw. s. 257-258.

wirtualne adoracje itp.), ale pełny w niej udział może dokonać się jedynie w przestrzeni fizycznej.

Również udział mediów w wychowaniu moralnym może i powinien być znaczący. Stanowią one doskonałe narzędzie informujące o katolickich zasadach moralnych, co jest podstawą formacji dojrzałego sumienia²³. W procesie kształtowania sumienia trzeba jednak brać pod uwagę także motywację, która wiąże się z przeżywanymi emocjami. Także w tym względzie media mają dużą rolę do spełnienia, szczególnie przez przytaczanie konkretnych historii ludzkich wyborów.

W odniesieniu do nauczania modlitwy mass media mogą wspomagać katechezę przez przedstawianie form i treści modlitw, ukazywanie zasad dobrej modlitwy, wzmacnianie motywacji, a także przez samą praktykę modlitwy (radio, telewizja, Internet).

Jednym z najtrudniejszych do realizacji w mediach zadań katechezy jest wychowanie do życia we wspólnocie. Niewątpliwie dzięki mediom tworzy się określona społeczność, czy czasami nawet pewna wspólnota, ale ich rola w tej materii jest ograniczona. Mimo dynamicznie rozwijających się medialnych możliwości komunikacyjnych nic nie może zastąpić realnej, fizycznej wspólnoty osób. W sposób szczególny odnosi się to do wspólnoty Kościoła, która powinna być wspólnotą wiary i miłości przeżywanych w realnym, fizycznym świecie.

Ostatnie zadanie katechezy koncentruje się na wychowaniu do podejmowania misji ewangelizacyjnej. W tym względzie mass media dają ogromne możliwości. Pozwalają na prezentację nauki i życia Kościoła osobom poszukującym, niewierzącym czy wyznawcom innych religii²⁴. Ich rolę należy jednak określić przede wszystkim jako preewangelizacyjną, gdyż bezpośrednia ewangelizacja, polegająca na głoszeniu kerygmatu, powinna dokonywać się przez spotkanie konkretnych osób²⁵.

Ze względu na znaczącą rolę, jaką media mogą i w praktyce często odgrywają w katechezie, określane są jako jedno ze środowisk katechezy (obok rodziny, parafii i szkoły)²⁶. Wydaje się jednak, że lepiej mówić o mediach jako o narzędziu katechezy. Katecheza jest bowiem ze swojej natury działalnością wspólnoty i – jak zauważa P. Tarliński – „Media mogą wydatnie

²³ E. C. M a r i n o, R. G. de H a r o. *Teologia moralna fundamentalna*. Kraków 2004 s. 385.

²⁴ Por. N i w i Ń s k i, jw. s. 255-273.

²⁵ M ą k o s a, jw. s. 289-391.

²⁶ Zob. R. C z e k a l s k i. *Katecheza komunikacją wiary*. Płock 2006 s. 247.

wspomóc katechezę na drodze komunikacji pośredniej, ale nie są w stanie zastąpić bezpośredniego, osobowego spotkania katechety i katechizowanych”²⁷. Mimo niezwykle dynamicznego rozwoju mass mediów, a szczególnie Internetu, należy traktować media jako ważne narzędzie katechezy, ale nie jej środowisko równe rodzinie, parafii czy nawet szkole²⁸.

III. RODZAJ I ZASIĘG POLSKICH MEDIÓW KATOLICKICH

W świetle powyższych refleksji oczywistym staje się twierdzenie, że narzędziem katechezy Kościoła katolickiego, rozumianej w sensie ścisłym, mogą być tylko media katolickie. W ramach jednego artykułu nie jest możliwe jednak przeprowadzenie wiarygodnej analizy treściowej choćby najbardziej znaczących mediów katolickich, warto jednak przedstawić ich zasięg, decydujący o realnym oddziaływaniu.

Zdaniem A. Lepy mianem prasy katolickiej obejmuje się „wydawnictwa, które za zgodą władz kościelnych drukowane są periodycznie i rozpowszechniane publicznie w celu wszechstronnego ukazywania rzeczywistości, a zwłaszcza aktualnych zdarzeń i problemów z życia Kościoła oraz jego doktryny”²⁹.

Według badań, przeprowadzonych przez W. Śmigła, w 2005 roku było ponad 300 tytułów gazet katolickich o zasięgu ogólnokrajowym, regionalnym i diecezjalnym oraz ponad tysiąc wydawanych przez parafie³⁰. W Polsce nie istnieje jednak ogólnopolski dziennik katolicki. Określany często takim mianem *Nasz Dziennik* nie jest bowiem czasopismem katolickim w świetle przytoczonych wyżej kryteriów³¹. Natomiast do najbardziej rozpowszechnionych tygodników katolickich należą: *Gość Niedzielny*, *Niedziela*, *Przewodnik Katolicki*, *Tygodnik Powszechny*, *Tygodnik Rodzin Katolickich* „*Źródło*”³². Średni

²⁷ P. T a r l i ń s k i. *Katecheza w mediach*. W: *Wokół katechezy posoborowej*. Red. R. Chałupniak i inni. Opole 2004 s. 241.

²⁸ Por. J. B a g r o w i c z. *Towarzyszyć wzrastaniu. Z dyskusji o metodach i środkach edukacji religijnej młodzieży*. Toruń 2006 s. 277. Szerzej na ten temat zob. M a k o s a, jw. s. 375-395.

²⁹ L e p a, jw. s. 4.

³⁰ W. Ś m i g i e l. *Prasa katolicka w Polsce*. RT 52:2005 z. 6 s. 58.

³¹ W 1993 roku przekształcono wydawany przez PAX dziennik „Słowo Powszechne” w „Słowo – Dziennik Katolicki”, jednakże ze względu na spadający nakład i związane z tym kłopoty finansowe przekształcono go najpierw w tygodnik, a następnie zawieszono działalność. Ś m i g i e l, jw. s. 62.

³² Zob. http://www.opoka.org.pl/struktury_kosciola/inne/media/tygodniki.html

miesięczny jednorazowy nakład *Gościa Niedzielnego* (należy do Związku Kontroli Dystrybucji Prasy) w kwietniu 2010 roku wyniósł ponad 207 tysięcy, z czego sprzedaż wyniosła ponad 158 tysięcy. Takie wyniki plasują obecnie *Gościa Niedzielnego* na trzecim miejscu wśród opiniotwórczych tygodników (po *Newsweeku* i *Polityce*)³³. Redakcja tygodnika *Niedziela* nie podaje aktualnego nakładu i nie należy do Związku Kontroli Dystrybucji Prasy. *Przewodnik Katolicki* ukazuje się natomiast w nakładzie ponad 38 tysięcy, z czego sprzedanych egzemplarzy jest średnio ponad 27 tysięcy³⁴. *Tygodnik Powszechny* wydawany jest w nakładzie ponad 39 tysięcy i sprzedawany w ilości ponad 22 tysiące³⁵. Informacje na temat nakładu *Tygodnika Rodzin Katolickich „Źródło”* są rozbieżne i wahają się od 40 do 60 tysięcy³⁶. Z kolei do najbardziej rozpowszechnionych miesięczników katolickich należą: *Rycerz Niepokalanej* (206 tys.), *Rodzina Radia Maryja* (ok. 100 tys.), polska edycja *L'Osservatore Romano* (ok. 40 tys.)³⁷.

Przytoczone liczby bezwzględne stanowią jednak tylko część obrazu rzeczywistości. Warto zatem przedstawić procentowy udział czasopism katolickich w odniesieniu do całego rynku prasy w Polsce. Według badań przeprowadzonych od maja do października 2010 roku przez Millward Brown SMG/KRC do najpopularniejszych dzienników wydawanych w Polsce należą: *Gazeta Wyborcza* (14%), *Fakt* (13,92%) oraz bezpłatny dziennik *Metro* (6,47%). Jak wspomniano wyżej, w Polsce nie jest wydawany żaden dziennik posiadający status czasopisma katolickiego, ale nawet *Nasz Dziennik* nie został uwzględniony w wykazie, co wskazuje na nikłe zainteresowanie czytelników³⁸.

Wśród polskich tygodników do czołówki należą: *Tele Tydzień* (34,15%), *Życie na Gorąco* (18,73%), *Chwila dla Ciebie* (14,76%). *Gość Niedzielny* uplasował się na 14. pozycji z czytelnictwem na poziomie 4,07% wśród tygodników. Natomiast *Przewodnik Katolicki* zajmuje w tym rankingu 27. miej-

³³ http://www.wirtualnemedial.pl/artykul/najpopularniejsze-tytul-prasowe-w-polsce_1

³⁴ <http://www.przk.pl/pg/pl/reklama.html>

³⁵ http://www.zkdp.pl/upload/komunikat_2009.pdf

³⁶ Ś m i g i e l, jw. s. 59; www.ekai.pl/wydarzenia/kultura/x1426/tygodnik-zrodlo-ma-lat/

³⁷ Ś m i g i e l, jw. s. 59-60. Spis najważniejszych czasopism katolickich można znaleźć na stronie: <http://polskaprasakatolicka.blogspot.com/>.

³⁸ http://www.wirtualnemedial.pl/artykul/najpopularniejsze-tytul-prasowe-w-polsce_1. Ostatnim uwzględnionym w rankingu dziennikiem jest *Parkiet Gazeta Giełdy* z 0,13% udziałem w rynku. Według tych badań *Nasz Dziennik* zajmuje zatem niższe miejsce.

sce (0,73%)³⁹. Żadne inne czasopismo katolickie (także wśród dwutygodników i miesięczników) nie znalazło się w tym zestawieniu, co świadczy o ich znikomym czytelnictwie.

Kryteria „katolickości” radia są zasadniczo analogiczne do tych, które zostały opisane w odniesieniu do prasy. Jednak w Polsce zdecydowana większość rozgłośni ma zasięg lokalny lub są to lokalne mutacje rozgłośni ogólnopolskich. Wśród rozgłośni katolickich ogólnopolski zasięg posiada *Radio Maryja*, a duża część rozgłośni diecezjalnych zrzeszona jest w sieci PLUS. Pozostałe stacje mają zasięg jedynie lokalny.

Według badań przeprowadzonych pomiędzy wrześniem a listopadem 2010 roku przez Millward Brown SMG/KRC w Warszawie *Radio Maryja* słucha 1,84% respondentów, a *Radio PLUS Warszawa* 0,26%. W Krakowie *Radio Maryja* uzyskało wynik na poziomie 2,09%, *Radio PLUS Kraków* na poziomie 1,58%. W Łodzi *Radio Maryja* słucha 1,74%, *Radio PLUS Łódź* 1,65%, natomiast *Radio Niepokalanów* uzyskało 0,15%. W Poznaniu *Radio Maryja* z wynikiem 1,12% nieznacznie wyprzedziło *Radio Emaus* (1,10%). We Wrocławiu *Radio Maryja* osiągnęło 3,10%. Drugie miejsce zajęło *Katolickie Radio Rodzina* z wynikiem 1,16%. Natomiast w Szczecinie *Radio PLUS Szczecin* uzyskało wynik 1,89%, a *Radio Maryja* 1,30%⁴⁰. W badaniach ogólnopolskich z tego samego okresu *Radio Maryja* uzyskało wynik 1,81%⁴¹. Warto wspomnieć, że istnieje także Redakcja Programów Katolickich Polskiego Radia, która przygotowuje programy katolickie emitowane na antenie rozgłośni publicznych. Do znanych programów tego typu należą np. *Ślady na piasku*, *Abyś dzień święty święcił* czy *Słowo na dzień*.

W Polsce zasadniczo dwie stacje telewizyjne uważają się za religijne – *TV Trwam* oraz *Religia.tv*. W ścisłym sensie nie są one jednak katolickie. *Religia.tv* mimo tego, że dociera do prawie 5 mln gospodarstw domowych w Polsce⁴², ma niewielką oglądalność. Według danych TNS OBOP z listopada 2010 roku najczęściej oglądaną stacją telewizyjną w Polsce jest TVP1 (18,98%). Drugie miejsce zajmuje TVN (15,33%), a trzecie TVP2 (14,97%). Wśród 30 notowanych stacji telewizyjnych, z których ostatnia uzyskała wynik 0,32%, nie ma ani telewizji *Trwam*, ani *Religia.tv*, co oznacza jeszcze niższą

³⁹ http://www.wirtualnemedial.pl/artykul/najpopularniejsze-tytul-prasowe-w-polsce_1

⁴⁰ <http://kmdm.pl/art.php?id=2010122210533a7d293b89be5622>

⁴¹ http://www.radiotrack.pl/files/arch/Ranking_wrzesien-listopad_2010.xls

⁴² <http://religia.tv/index.php?typ=podstrona&id=14>

ich oglądalność. Według innych danych oglądalność telewizji *Trwam* wynosi ok. 0,10%⁴³.

Należy zaznaczyć, że w Polsce od ponad 20 lat istnieje Redakcja Programów Katolickich TVP przygotowująca dla telewizji publicznej m.in. transmisje Mszy świętych oraz takie programy, jak: *Między ziemią i niebem*, *Ziarno czy Raj*⁴⁴. Zasadniczo to właśnie Redakcja Programów Katolickich może być uznana za katolicką, gdyż powstała w 1989 roku z porozumienia pomiędzy Sekretariatem Konferencji Episkopatu Polski a ówczesnym Komitetem ds. Radia i Telewizji⁴⁵. Oglądalność programów katolickich zazwyczaj nie jest jednak duża. Dla przykładu można podać, że w wykazie oglądalności wśród programów telewizyjnych o charakterze katolickim w okresie świąt Bożego Narodzenia 2010 roku odnotowano jedynie orędzie prymasa Polski (2 811,72 tys. widzów)⁴⁶.

Według badań przeprowadzonych przez Megapanel PBI/Gemius w listopadzie 2009 roku, których wyniki zostały zamieszczone na portalu *Internetstats.pl*, do najbardziej popularnych witryn internetowych o tematyce religijnej w Polsce należą: *opoka.org.pl* (ok. 750 tys. wejść na miesiąc), *adonai.pl* (308 tys.), *Tygodnik Powszechny* (271 tys.), *wiara.pl* (228 tys.), *ekai.pl* (212 tys.), *mateusz.pl* (172 tys.), *niedziela.pl* (165 tys.), *oaza.pl* (142 tys.), *jezuici.pl* (122 tys.)⁴⁷. Pierwszy z nich mimo dużej liczby użytkowników odwiedzany jest przez 4,3% internautów⁴⁸.

Wśród wymienionych wyżej portali mianem katolickich można określić następujące: *opoka.org.pl*, *Tygodnik Powszechny*, *wiara.pl* – wydawany przez Wydawnictwo Kurii Metropolitarnej w Katowicach związane z *Gościem Niedzielnym*, *ekai.pl*, *niedziela.pl*, portal Ruchu Światło-Życie *oaza.pl* oraz stronę zakonu Jezuitów w Polsce *jezuici.pl*.

Spośród znaczących polskich stron katolickich, choć mniej popularnych od wymienionych, należy wskazać jeszcze portal Konferencji Episkopatu Polski *episkopat.pl* oraz strony wszystkich polskich diecezji. Warto wyszczególnić jeszcze stronę *katolik.pl* prowadzoną przez Zgromadzenie Zakonne Salwatorów.

⁴³ <http://media2.pl/media/46977-spada-ogladalnosc-tv-trwam.html>

⁴⁴ Por. <http://www.kmdm.net/art.php?id=2009072117404688f2ae529a9de8>

⁴⁵ M a k o s a, jw. s. 388.

⁴⁶ <http://www.wirtualnemedi.pl/artykul/telewizja-polsat-przed-tvn-i-tvp-2-traci-tvp-1>

⁴⁷ <http://www.internetstats.pl/index.php/2010/02/top10-witryn-religijnych-w-polsce-wg-liczby-uzytkownikow/>

⁴⁸ Tamże. Na temat czytelnictwa stron katolickich zob.: W. Ś m i g i e l. *Czytelnictwo katolickich stron w internecie*. RT 51:2004 z. 6. s. 233-246.

IV. WNIOSKI I POSTULATY

Na podstawie przeprowadzonej analizy można wyciągnąć wniosek, że Kościół w Polsce próbuje realizować wskazania Kościoła powszechnego w odniesieniu do wykorzystania mass mediów w działalności katechetycznej. Duża liczba czasopism, audycji radiowych, programów telewizyjnych oraz stron internetowych świadczy o dowartościowaniu tych narzędzi w działalności Kościoła. Należy jednak zauważyć, że zdecydowana większość podejmowanych w tym względzie inicjatyw pochodzi od poszczególnych katolików duchownych i świeckich, a nie od oficjalnych gremiów Kościoła. Zdecydowana większość tych mediów nie jest też w ścisłym znaczeniu katolicka i nie może stanowić punktu odniesienia dla katechezy Kościoła. Spośród mediów katolickich większą dynamiką wykazują się diecezje i zgromadzenia zakonne niż Kościół w Polsce rozumiany jako całość.

Drugim wnioskiem płynącym z przeprowadzonej analizy jest to, że media katolickie nie posiadają dużego zasięgu i docierają do niewielkiej części populacji. Rodzi to pytania o przyczyny takiego stanu rzeczy, które mogą dotyczyć treści i/lub formy. Trudno jednak przyjąć, że słowo Boże, zawarte w Piśmie Świętym i Tradycji Kościoła, jest dla współczesnego człowieka obojętne, jako jedyne bowiem daje ostateczną odpowiedź na egzystencjalne pytania⁴⁹. Wydaje się zatem, że głównym problemem jest forma, w jakiej media katolickie przekazują treść. Jest ona często nieatrakcyjna, a przez to niepożądana przez odbiorców.

Do głównych zatem postulatów pod adresem mediów w aspekcie ich katechetycznego wykorzystania należy powstanie nowych i rozwój istniejących mediów katolickich, które dawałyby gwarancję ortodoksyjności i integralności treści katechezy prezentowanej jednocześnie w formie adekwatnej do współczesnych realiów i wzbudzającej zainteresowanie szerokich kręgów odbiorców.

Powstanie katolickiego, powołanego i kierowanego przez Konferencję Episkopatu Polski dziennika, rozgłośni radiowej czy też stacji telewizyjnej byłoby jak najbardziej pożądane. Dawałyby one możliwość prawowiernego przedstawiania nauczania Kościoła, a więc katechezy w sensie ścisłym. Wymagałoby to jednak dużego wysiłku organizacyjnego i finansowego, który (jak uczą doświadczenia z przeszłości) nie zawsze przynosi oczekiwane owoce.

⁴⁹ Por. J. R a t z i n g e r. *Nowa ewangelizacja* (Przemówienie do katechetów i nauczycieli religii. Rzym, 9 grudnia 2000 r.). *OsRomPol* 22:2001 nr 6 s. 35.

W odniesieniu do istniejących już mediów katolickich głównym postulatem jest zwiększenie zasięgu poprzez wypracowanie atrakcyjnych form, co oczywiście nie może odbywać się kosztem treści. Jest to jak najbardziej zgodne z postulatami prowadzenia nowej ewangelizacji, która zakłada przepowiadanie słowa Bożego w formie integralnej, wiernej Tradycji i Magisterium Kościoła (FC 5), a jednocześnie z nową gorliwością i przy użyciu nowych metod i środków wyrazu (VS 106; por. PDV 54). Do tego potrzeba jednak zaangażowanej i profesjonalnej kadry.

Pomimo tego, że każdy rodzaj mass mediów (prasa, radio, telewizja, Internet) odgrywa dużą rolę w działalności Kościoła i posiada swoich odbiorców, uwzględniając współczesne realia, uwarunkowania, a zwłaszcza ograniczenia wydaje się, że przyszłością mediów katolickich stanie się Internet. Należy mieć nadzieję, że katolickie portale będą podejmować działalność katechetyczną i uczynią to w formie, która pomoże współczesnemu człowiekowi nie tylko zrozumieć prawdy wiary, ale przyjąć je za własne i żyć nimi na co dzień. Nie można jednak zapominać, że media stanowią tylko narzędzie dla katechezy i nie mogą zastąpić podstawowych jej środowisk.

*

W przeprowadzonej refleksji podjęto próbę odpowiedzi na pytanie o miejsce i rolę mediów w realizacji katechezy Kościoła katolickiego w Polsce. Ustalono, że gwarancję ortodoksyjności i integralności katechezy dają jedynie media katolickie, działające pod kontrolą właściwej władzy kościelnej. W toku refleksji przedstawione zostały wskazania Kościoła dotyczące mass mediów oraz kryteria ich katolickości. Ukazano znaczenie mediów dla katechezy oraz przedstawiono najważniejsze istniejące w Polsce media katolickie oraz ich zasięg. Wśród sformułowanych postulatów dominowały te dotyczące stworzenia katolickich mediów oraz przygotowanie profesjonalnej kadry, która zadbałaby zarówno o treść, jak i przyciągającą formę.

BIBLIOGRAFIA

- A d a m s k i A.: Książd w blogosferze. „Kultura – media – teologia” 2010 nr 2 s. 99-111.
C z e k a l s k i R.: Katecheza komunikacją wiary. Płock 2006.
L e p a A.: Katalog prasy katolickiej w Polsce. Łódź 1994.

- M a k o s a P.: Mass media narzędziem czy środowiskiem katechezy? W: Katechetyka i katecheza u progu XXI wieku. Red. A. Kiciński. Poznań 2007 s. 375-395.
- N i w i Ń s k i A.: Środki informatyczne a katecheza. Kraków 2004.
- Ś m i g i e l W.: Czytelnictwo katolickich stron w internecie. RT 51:2004 z. 6. s. 233-246.
- Ś m i g i e l W.: Prasa katolicka w Polsce. RT 52:2005 z. 6 s. 53-66.
- T a r l i Ń s k i P.: Katecheza w mediach. W: Wokół katechezy posoborowej. Red. R. Chałupniak [i in.]. Opole 2004 s. 236-241.

Strony internetowe

www.kmdm.pl

www.internetstats.pl

www.polskaprasakatolicka.blogspot.com

www.wirtualnemedial.pl

www.zkdp.pl

THE PLACE AND ROLE OF THE MEDIA IN CATECHESIS

S u m m a r y

In the reflection carried out attempts to answer the question about the relationship between catechesis and media in Poland. It was agreed that the guarantee of orthodoxy and integrity of catechesis give only the Catholic media, acting under control of the competent authority of the Church. In the course of reflection have been presented indications of the Church concerning the mass media and criteria for their catholicity. It has been shown the importance of media for catechesis and presented the most important existing in Poland Catholic media and their coverage. Among the postulates dominated those concerning the creation of Catholic media and the preparation of professional staff who would take care about both content and form.

Słowa kluczowe: katecheza, media, edukacja religijna.

Key words: catechesis, media, religious education.