

Nie lękajcie się nowych technologii!

Wstęp

Słowa zawarte w tytule niniejszego artykułu zostały napisane przez Jana Pawła II w 2005 roku, w dokumencie: *Il rapido sviluppo*¹. Papież to wyrażenie powtórzył aż czterokrotnie w cytowanym tekście. W ciągu kilkunastu lat dynamiczny rozwój technologiczny stworzył nowe pytania i zadania dla Kościoła w kontekście Internetu i mediów społecznościowych. Postęp w dziedzinie mediów otworzył przed Kościołem pionierskie możliwości komunikacyjne, jednocześnie stawiając przed nim kolejne wyzwania w procesie ewangelizacji. Media społecznościowe i Internet stały się nieodzownymi narzędziami do komunikacji na skalę globalną.

1

Papież Jan Paweł II rozumiał kwestię obecności chrześcijan w mediach. Jednocześnie zwracał uwagę na odpowiednie przygotowanie osób pracujących na tym polu w Kościele. W swoim nauczaniu podkreślał znaczenie odpowiedniego szkolenia i formacji dla tych, którzy pracują w obszarze mediów. „Do pracowników środków przekazu, a zwłaszcza do ludzi wierzących zatrudnionych w tej ważnej dziedzinie życia społecznego kieruję wezwanie, z jakim na samym początku mojej posługi Pasterza Kościoła powszechnego zwróciłem się do całego świata: «Nie lękajcie się!»”².

Aby jeszcze skuteczniej działać w obszarze mediów tradycyjnych i mediów społecznościowych, konieczne jest odpowiednie przygotowanie merytoryczne kapłanów, osób konsekrowanych i świeckich, którzy publikują treści w Internecie w imieniu Kościoła. Osoby te powinny stale doskonalić swoje kompetencje poprzez specjalistyczne studia, kursy i warsztaty. Należy również podejść z rozwagą do planowania działań komunikacyjnych w mediach, tworząc konkretne strategie komunikacyjne, jak również odpowiednie zespoły do współpracy. Ważne jest także inwestowanie w regularne badania rynku, jak również analiza aktywności w mediach za pomocą profesjonalnych narzędzi.

Odpowiednie warsztaty dla księży, osób konsekrowanych oraz pracowników świeckich w sektorze mediów katolickich są nieodzowne. Szkolenia te mogą obejmować obsługę konkretnych mediów społecznościowych, umiejętności wystąpień przed kamerą, tworzenia strategii komunikacyjnych, Mobile Journalism, ogólne szkolenia z zakresu mediów społecznościowych, zarządzania zespołem oraz rozwijanie zaawansowanych kompetencji medialnych i komunikacyjnych. Rosnąca świadomość potrzeby obecności Kościoła w mediach związana jest także z koniecznością odpowiedniego finansowania działań medialnych, tak aby treści katolickie nie zostały zepchnięte na margines.

¹ Giovanni Paolo II, *Il rapido sviluppo*, Lettera Apostolica, Vaticano 2005, https://www.vatican.va/content/john-paul-ii/it/apost_letters/2005/documents/hf_jp-ii_apl_20050124_il-rapido-sviluppo.html.

² *Ibid.*, 14.

2

Nowe technologie należy traktować jako wynalazki ludzkości, które mogą być używane do celów związanych z misją Kościoła. Kościół ma okazję wykorzystać te narzędzia, aby dotrzeć do szerokiego grona wiernych i skuteczniej realizować swoją misję ewangelizacyjną oraz duszpasterską. „Nie lękajcie się nowych technologii! Są one «wśród niezwykłych wynalazków» — inter mirifica — które Bóg dał nam do dyspozycji, abyśmy mogli odkrywać prawdę, korzystać z niej i ją przekazywać — również prawdę o naszej godności i o przeznaczeniu jako Jego dzieci, jako dziedziców Jego wiekuistego Królestwa”³.

Prognozy co do roli Kościoła w tej kwestii mogą być obiecujące, o ile odpowiednie instytucje, a zwłaszcza osoby odpowiedzialne za ewangelizację, będą dostosowywać się do zaleceń dotyczących komunikacji i korzystać z dostępnych narzędzi internetowych. Przyszłość mediów społecznościowych i Internetu jest trudna do przewidzenia, ponieważ w dużej mierze zależy od rozwoju technologii, które mogą wprowadzić zupełnie nowe, być może kluczowe rozwiązania. Z pewnością jednym z istotnych czynników jest rozwijająca się technologia przesyłu danych, która faworyzuje treści wideo i transmisje na żywo.

Warto jednak pamiętać, że Kościół podkreśla, że ewangelizacja to przede wszystkim dzieło Ducha Świętego. Nie zwalnia to jednak wiernych i osób odpowiedzialnych w Kościele od poszukiwania nowych rozwiązań i dostosowywania przekazu do zmieniających się czasów. Nie należy zatem bać się nowych technologii, ponieważ stanowią one narzędzia, które mogą przynosić wiele korzyści społeczeństwu i Kościołowi. „Postęp technologiczny otworzył nowe możliwości interakcji międzyludzkich. Właściwie pytanie nie brzmi już, czy angażować się w cyfrowy świat, ale jak to robić”⁴.

3

W innym miejscu dokumentu Jan Paweł II stara się zmotywować pracowników mediów do większego zaangażowania w pracę w środkach społecznego przekazu, mimo realnego sprzeciwu ze strony osób niekoniecznie przychylnych Kościołowi. Ojciec Święty wyrażał przekonanie, że zaangażowanie w pracę w mediach może przynieść owoce, nawet w obliczu trudności i oporu. „Nie lękajcie się sprzeciwu świata! Jezus zapewnił nas: «Jam zwyciężył świat!»”⁵.

Pierwszą rzeczą, którą należy zrozumieć, jest to, że technologia zawsze była częścią ludzkiego postępu. Od wynalezienia koła po odkrycie elektryczności, ludzkość zawsze dążyła do kolejnych odkryć. Internet i media społecznościowe to sukcesywny krok w tej ewolucji. Nowe technologie napędzają postęp, poprawiają jakość życia, pomagają wykonywać wiele zadań szybciej, dają dostęp do informacji, umożliwiają komunikację na odległość, mogą być narzędziem do

³ Ibid., 14.

⁴ Verso una piena presenza, Riflessione pastorale sul coinvolgimento con i social media, Dicastero per la Comunicazione, Vaticano 2023, https://www.vatican.va/roman_curia/dpc/documents/20230528_dpc-verso-piena-presenza_it.html.

⁵ Giovanni Paolo II, Il rapido sviluppo..., 14.

rozwiązywania skomplikowanych problemów społecznych, tworzą miejsca pracy, poprawiają jakość życia czy ułatwiają edukację. Nowe technologie mogą służyć w Kościele do dotarcia do większej liczby ludzi, do ewangelizacji, edukacji, wsparcia duchowego bądź do działań charytatywnych.

W XXI wieku, w erze globalizacji i łatwo dostępnych informacji w Internecie, język mediów staje się często bardzo specyficzny. Procesy zachodzące w globalnej komunikacji wpływają na zmiany w komunikacji Kościoła, w procesie ewangelizacji i w każdym działaniu związanym z informowaniem o Kościele w mediach. Język komunikacji Kościoła ewoluował przez wieki, ale treści głoszone przez tę instytucję pozostają niezmiennie; konieczne jest jednak ciągłe dostosowywanie języka do współczesnych odbiorców. W przeciwnym razie istnieje ryzyko, że przekaz nie zostanie zrozumiany lub będzie spotykał się z niechęcią ze strony odbiorcy.

4

Świadomość ograniczeń w pracy w dziedzinie środków społecznego przekazu kreuje silną potrzebę profesjonalizacji umiejętności, technologii i szeroko pojętego know-how w Kościele w dziedzinie mediów. Dlatego w odpowiedzi na te wyzwania Kościół coraz bardziej inwestuje w rozwijanie kompetencji związanych z obecnością w mediach. „Nie lękajcie się także własnej słabości i niedoskonałości! Boski Mistrz powiedział: «Ja jestem z wami przez wszystkie dni, aż do skończenia świata»”⁶.

W Kościele, w dziedzinie środków społecznego przekazu potrzeba wyraźnych liderów, którzy pomogą „nie bać się” nowych technologii. Brak odpowiedniej komunikacji nie tylko może świadczyć o braku kompetencji, ale także prowadzić w niewłaściwym kierunku. Dlatego też pojawia się nagła potrzeba większej liczby profesjonalistów zajmujących się komunikacją, którzy pomogą zrozumieć tę skomplikowaną dziedzinę. Niezbędne jest również zdobycie umiejętności zarządzania komunikacją i tworzenia strategii medialnych, które pozwolą efektywnie docierać do odbiorców.

Rozwój technologiczny, zmiany kulturowe i cywilizacyjne doprowadziły do zmian w procesach komunikacji. W konsekwencji, w dziedzinie mediów należy zwrócić uwagę na zjawisko konwergencji, które oznacza zdolność do wzajemnego przenikania się procesów medialnych i treści. Z drugiej strony sama kultura medialna przechodzi bardzo szybkie przeobrażenia, które prowadzą do coraz to nowych form komunikacji i zmian paradygmatów. Stąd tak ważne jest profesjonalne podejście do komunikacji społecznej w Kościele. Wspomniane zmiany, w tym konwergencja mediów i dynamiczne przemiany w kulturze medialnej, sprawiają, że Kościół powinien pozostać elastyczny i gotowy do dostosowywania swojego przekazu do ewoluujących potrzeb i oczekiwań społeczeństwa.

⁶ Ibid., 14.

Zakończenie

Słowa Jana Pawła II dotyczące odważnego spoglądania i pracy związanej z nowymi technologiami w dziedzinie mediów, mogą stać się dla wielu ludzi Kościoła swoistym mottem w codziennej pracy. Uważność na powstające nowe technologie wymaga odpowiedzialności za używane narzędzia, jak również jasnej świadomości tego, do czego jest powołany Kościół. Przyszłość może przynieść kolejne, nowatorskie rozwiązania w dziedzinie komunikacji i środków społecznego przekazu. Natomiast niezmiennie pozostają elementy, które pomagają we właściwym wykorzystaniu nowych technologii, a mianowicie: edukacja, profesjonalizacja, współpraca i świadomość odpowiedzialności za wspólny cel.

Bibliografia

Drzewiecki Piotr, „Nie lękajcie się nowych technologii”, edukacyjno-medialne przesłanie Listu Apostolskiego „Szybki rozwój” Jana Pawła II, Łódzkie Studia Teologiczne 18 (2009), 61-68.

Francisco Javier Pérez-Latre (2019) Los medios, los papas y la comunicación del Vaticano entre Benedicto XVI y Francisco (2007–2017), Church, Communication and Culture, 4:1, 61-78.

Giovanni Paolo II, Il rapido sviluppo, Lettera Apostolica, Vaticano 2005, https://www.vatican.va/content/john-paul-ii/it/apost_letters/2005/documents/hf_jp-ii_apl_20050124_il-rapido-sviluppo.html.

Narbona Juan (2016) Digital leadership, Twitter and Pope Francis, Church, Communication and Culture, 1:1, 90-109.

Soukup Paul & Glader Paul (2020) A debate between Paul Soukup, SJ and Paul Glader on how digital culture is affecting media education on religion, Church, Communication and Culture, 5:2, 145-156.

Verso una piena presenza, Riflessione pastorale sul coinvolgimento con i social media, Dicastero per la Comunicazione, Vaticano 2023, https://www.vatican.va/roman_curia/dpc/documents/20230528_dpc-verso-piena-presenza_it.html.

Maciej Makula SDB