

## **PRZEMIANY SPOŁECZNO-KULTUROWE A NOWE FORMY KOMUNIKACJI I ICH ZNACZENIE DLA MISJI KOŚCIOŁA**

**Ks. dr hab. Mariusz Kuciński, prof. KPSW**

*Kujawsko-Pomorska Szkoła Wyższa w Bydgoszczy*  
e-mail: [m.kucinski@kpsw.edu.pl](mailto:m.kucinski@kpsw.edu.pl), <https://orcid.org/0000-0002-8147-9484>

**Dr Jerzy Kasprzak**

*Kujawsko-Pomorska Szkoła Wyższa w Bydgoszczy*  
e-mail: [j.kasprzak@kpsw.edu.pl](mailto:j.kasprzak@kpsw.edu.pl), <https://orcid.org/0000-0003-1319-3836>

**Streszczenie:** Artykuł podejmuje próbę odpowiedzi na pytanie w jaki sposób nowe media, a szczególnie Internet, mogą sprostać wyzwaniom wobec których staje dzisiaj współczesne społeczeństwo. Świadomy przemian społecznych i kulturowych, Kościół musi szukać nowych dróg dotarcia z ewangelicznym przesłaniem do współczesnych ludzi. Tak jak w epoce apostołskiej w celu szerzenia Ewangelii korzystano z pisania tradycyjnych listów, tak dziś skorzystać należy z najnowszych kanałów przekazu informacji i formacji, jakie oferuje Internet, a korzystanie z nowych technologii informatycznych jest dla Kościoła koniecznością. Od czasów Soboru Watykańskiego II coraz więcej koncentrujemy nasze poszukiwania, w sposób otwarty i pozytywny, na refleksji dotyczącej środków społecznego komunikowania oraz wpływu jaki one wywołują na opinię publiczną. W niniejszej publikacji pragnie ukazać się na ile zmiany społeczno-kulturowe wpływają na zmieniają oblicze komunikacji i na nowy sposób realizacji ewangelizacyjnej misji Kościoła.

**Słowa kluczowe:** Kultura, Kościół, chrześcijaństwo, nowa ewangelizacja, Internet, media społecznościowe, duszpasterstwo, media, cyfrowa ewangelizacja.

### **Przemiany społeczno-kulturowe**

Wiek XX przyniósł gwałtowny rozwój technologii informatycznej i elektronicznej. Zmienił świat i człowieka. Mass media nabrały ogólnoświatowego zasięgu do tego stopnia, że świat stał się globalną wioską. Aby każdy z ludzi mógł uczestniczyć w globalnej wymianie myśli, użyto anten satelitarnych, telefonów komórkowych

i sieci internetowej. Dzisiaj człowiek nie może już wyobrazić sobie życia bez tej technologii. Zaprzyjaźnił się z komputerem do tego stopnia, że bez niego nie może żyć. Stał się istotą informatyczną.

Dzisiaj coraz częściej mówimy o znaczeniu komunikacji i edukacji w życiu poszczególnego człowieka i całych społeczeństw. Z jednej strony proces socjalizacji dokonuje się w rodzinach, w szkołach czy w parafiach. Z drugiej jednak strony coraz większy wpływ na naszą socjalizację ma *social network*. Pomiędzy tymi wpływami znajduje się osoba ludzka, prawdziwy odbiorca ogromnej ilości danych, wiadomości czy informacji. Od czasu powstania Web 2.0 osoba przestaje być jedynie odbiorcą, a staje się również współpracownikiem i współtwórcą otaczającego świata. Każdy uczestnik wraz z innymi uczestnikami, połączonymi przez Internet, może tworzyć nowe wspólnoty tematyczne, nowe miejsca socjalizacji, w których szybko tworzą się relacje międzyludzkie, chociaż często nie są to relacje międzyosobowe. Mamy przed sobą nowy sposób tworzenia się relacji międzyludzkich dzięki nowe formy komunikacji.

Nowe media są *pierwszym areopagiem* współczesnego czasu i jako takie nie mogą służyć jedynie do przekazywania przesłania chrześcijańskiego, ale potrzeba by samo to przesłanie zintegrować z nową kulturą rozwijającą się dzięki najnowszym środkom społecznego przekazu<sup>1</sup>. Kościół coraz bardziej zdaje sobie sprawę, że nie może ewangelizować bez obecności w nowych mediach, które stają się nie tylko narzędziami komunikacji ale również środowiskiem w którym przebywa współczesny człowiek.

Współczesny człowiek jest dzieckiem swoich czasów. Oznacza to, że ulega on wpływowi ponowoczesności oraz presji wszechobecnych środków społecznego przekazu. Jednym z istotnych przejawów postępu technicznego i dobrobytu materialnego jest błyskawiczny rozwój narzędzi komunikacji. Niemal każdy człowiek ma obecnie dostęp do radia, telewizji, prasy, książek, Internetu. Można pokusić się o stwierdzenie, że na naszych oczach dokonuje się dziś przejście od *homo sapiens* do *homo communicans* [Carnicella 1998, s.23]. Już na początku trzeciego tysiąclecia zostało uznane za wiek komunikacji. Z nieznaną wcześniej szybkością rozwijają się obecnie nowe formy społecznego przekazu informacji. Powszechnym zjawiskiem stała się komunikacja masowa, elektroniczna, audio-wizualna, multimedialna.

Obecne zmiany dotyczą jednak czegoś więcej niż tylko postępu technologicznego. Dotykają one podstaw i form ludzkiej egzystencji. W poprzednich epokach wymiana informacji była czymś wtórnym wobec ludzkiego życia, wobec więzi i wartości, wobec myślenia i działania, wobec wychowania i moralności. Obecnie informacja staje się wartością samą w sobie. Czasem odciaga od rzeczywistości, tworząc świat iluzji. Nierzadko izoluje też od wartości i norm moralnych [Joos 1989, s.29]. W konsekwencji rozwój środków społecznego przekazu odciska silne piętno na wszystkich dziedzinach ludzkiego życia. To właśnie dlatego społeczeństwa

---

<sup>1</sup> Por. Jan Paweł II, *Redemptoris mission*, 37.

dysponujące nowymi technologiami zwane są społeczeństwami informacyjnymi [Dziewiecki 2006].

Podstawową misją Kościoła jest głoszenie Dobrej Nowiny aż po krańce ziemi. Ewangelia nie jest jednak przekazywana jakiemuś abstrakcyjnemu człowiekowi, ale konkretnym ludziom żyjącym w określonym kontekście historycznym, geograficznym, cywilizacyjnym, ekonomicznym i obyczajowym. Z tego względu głoszenie Słowa Bożego wymaga od Kościoła posługiwania się takim językiem, argumentami oraz takimi formami przekazu, które uwzględniają sytuację oraz możliwości percepcyjne słuchacza żyjącego w danym miejscu i czasie [Ambrosio 1996, s. 29]. W przeciwnym wypadku Ewangelia może być odtrącona, nie ze względu na nią samą, ale ze względu na błędną czy niezrozumiałą dla słuchacza formę komunikacji, którą posługuje się głosiciel słowa Bożego [Dziewiecki 2006, s. 77–78].

W obliczu antyewangelicznej kultury ponowoczesności i dominacji komunikacji ikonicznej reakcja wyznawców Chrystusa nie powinna polegać na buncie i krytykowaniu wszystkiego ani na popadaniu w zniechęcenie, rezygnację czy poczucie bezradności. Przeciwnie, świadomość, iż żyjemy w czasach kryzysu człowieka oraz jego więzi i wartości, jest potwierdzeniem, że misja ewangelizacji nie straciła nic ze swojej aktualności. Codziennie na nowo odkrywamy oczywisty fakt, że również w XXI wieku nie zbawi nas ani nauka, ani technika, ani tolerancja, ani demokracja, ani dobrobyt materialny, ani jakaś substancja psychotropowa. Nie zbawi nas nic i nikt poza Chrystusem [Dziewiecki 2006, s. 79–80].

Współcześni głosiciele słowa Bożego powinni zdawać sobie sprawę z tego, że ich zadaniem jest przekazywanie nie tylko Bożej prawdy, ale przede wszystkim Bożej miłości. Prawda ukazuje nam właściwą drogę życia, ale dopiero miłość daje siłę, by pójść tą drogą i by wytrwać do końca. Bożą prawdę może przyjąć tylko ten, kto chce i jest w stanie respektować ją we własnym życiu. W przeciwnym wypadku będzie się bronił przed prawdą i będzie starał się myśleć w sposób dostosowany do własnego postępowania [Dziewiecki 2006, s. 80–81].

Na początku XXI wieku Kościół stoi w obliczu istotnych pytań dotyczących komunikacji pastoralnej. W jaki sposób rozbudzić we współczesnym człowieku otwartość na Boże Objawienie? Czy dotychczasowe sposoby głoszenia Ewangelii (język, argumenty, forma) mogą nadal dotykać serca współczesnego słuchacza? Co trzeba zmienić w metodach i języku komunikacji pastoralnej, by Ewangelia odsłoniła swą siłę i by odnawiała oblicze tej ziemi? Jak łączyć codzienne doświadczenie człowieka, który przeżywa siebie i świat za pomocą laickich mediów, z przesłaniem Ewangelii, która ukazuje mu zupełnie inne horyzonty życia i postępowania? Czy i w jaki sposób wyobraźnia ikoniczna i rzeczywistość ukazywana na sposób dominujących obecnie środków przekazu mogą stać się narzędziem ewangelizacji? W jaki sposób docierać z Ewangelią miłości i radości do człowieka dotkniętego egoizmem, subiektywizmem, pustką aksjologiczną, indyferentyzmem religijnym, a nawet obojętnością na własny los? Kompetentna odpowiedź na powyższe pytania wymaga rozeznania znaków czasu i umacniania nadziei. Również w naszych czasach – jak w każdej epoce – istnieje szansa na skuteczne głoszenie słowa Bożego,

gdyż człowiek współczesny – jak każdy człowiek – potrzebuje Bożej prawdy, bez której nie rozumie samego siebie [Dziewiecki 2006, s. 82–82].

Współczesna komunikacja zasadniczo jest propagowana za pośrednictwem techniki. Internet nie tylko stał się głównym narzędziem komunikacji, ale także cały czas nadaje nowy kształt kulturze i społeczeństwu. Uzyskała ona ogromne znaczenie w procesie uspołeczniania się jednostki ludzkiej, która otrzymuje w bezpośredni sposób pewien coraz większy bagaż modeli, wartości i postaw kulturowych odfiltrowanych z grup społecznych (rodziny, szkoły, sąsiedztwa, wspólnoty parafialnej), które w przeszłości były jedynymi depozytariuszami przekazującymi tej jednostce bagaż kulturowy potrzebny do życia w społeczeństwie. Innymi słowy, jak pisze Jean-François Lyotard, wiedza zmienia status w momencie, w którym społeczeństwa wchodzi w wiek postmodernizmu [Lyotard 1987, s. 9]. Ta kwestia, jeśli się dobrze zastanowić, i co może wydać się niesamowite, nie mogła wydarzyć się inaczej, jeśli weźmiemy pod uwagę, że nowe systemy komunikacji, bazujące odąd głównie na zintegrowaniu telekomunikacji i informatyki, wytworzyły niewyobrażalną przemianę w relacji jednostka – praca, a także w relacji interpersonalnej tak w otoczeniu zawodowym, jak i pozazawodowym. Tendencja jest taka, aby stosować technologię do komunikacji w czasie rzeczywistym i z odtworzenia, poruszając bardziej tematy informacyjne, a mniej osobowe. Chmura obliczeniowa, sieci komputerowe, bazy danych, poczta elektroniczna, telewizja interaktywna, telekonferencja – wszystko to są technologie, które głęboko zmodyfikowały sposób komunikacji nie tylko jakościowo, ale i ilościowo poprzez rosnącą masę informacji, której wytwórcą i korzystającym może stać się każdy. Według ostatnich badań, wiele aspektów zdolności zawodowych jednostki oraz jakości jej życia zależeć będzie od jej zdolności do tworzenia informacji użytecznych dla innych i wylapywania z wciąż rosnącej masy dostępnych technologicznie informacji tylko tych potrzebnych [Ferraris, V. Midoro, G. Olimpo 1975, s. 83]. Istotnie, to nie przypadek, że od ponad czterdziestu lat nauka i najbardziej zaawansowana technologia zajmują się w sposób niemal obsesyjny językiem i jego problemami, komunikacją i interaktywnymi systemami w wielu sektorach fonologii, teoriami lingwistycznymi, problemami w komunikacji i cybernetyki, nowoczesną algebrą, informatyką, komputerami i ich językami, problemami tłumaczenia tych języków i poszukiwaniem kompatybilności językowo-sprzętowej, problemami zapamiętywania i bankami danych, telematyką i regulacją w inteligentnych terminalach oraz para doksologią [Trubeckoj 1971; Wiener 1966; Ashby 1971; Bellert 1971; Mounin 1972; Gaudfernan, Taib 1979; Waltzlawick, Helmick-Beavin, Jackson 1971].

Oczywiście, nie chodzi o ćwiczenia czysto akademickie, jak bardzo społeczeństwo, które się rodzi, jest teraz z definicji społeczeństwem postindustrialnym, w którym aktywności napędzające nie będą już połączone z sektorami produkcyjnymi, z przemysłem metalowo-mechanicznym czy chemicznym, ale będą powiązane z nowym przemysłem informacji. To wymaga umiejętności nowego typu i kultury adekwatnej do postępujących zmian [Pentiraro 1984]. Jak można rozumieć, jesteśmy

w pełnym kryzysie kultury alfabetycznej<sup>2</sup>, specyficznym kryzysie społeczeństw naukowo i technologicznie zaawansowanych, który domaga się nowej kultury, *kultury postalfabetyczne* [Carcano 1969, s. 69–71], której opracowanie jest oczywiście bardzo trudne, a której nadano taką nazwę już nie tylko dlatego, że usiłuje odrzucić alfabet, ale że ma się bardziej wrażenie znalezienia się w momencie historycznego zwrotu (na polu technologii komunikacyjnych), porównywalnego do tamtego, którym w swoim czasie było wynalezienie alfabetu [Carcano 1969, s. 69–71].

Znajdujemy się w obliczu wiedzy, która rezonuje poza granice teraźniejszości; ten swoisty najazd wirtualności i przerwanie upływu czasu działa odbudowując, z fragmentów, zdarzenia z przeszłości, wywołując, rozwijając i odkrywając te, które są na etapie tworzenia. Korzeń *virtus* oznacza siłę, potęgę, a więc realizowanie dzisiaj tego będzie jutro, *obecność odroczone*; to znaczenie domaga się koncepcyjnego przewyciężenia tak prostego, jak i zwodniczego kontrastu między realnością i wirtualnością [Lévy 1997, s. 5].

Nowe narzędzia stają się niezbędne do uchwycenia śladów tego, co się właśnie dzieje. Aby dostrzec to, co mamy przed oczyma i nie widzimy, trzeba zdecentralizować spojrzenie i rzucić je na przedmioty zwyczajne, by patrzeć na obrzeża, na miejsca, na które normalnie nie zwracamy uwagi [Melucci 1994, s. 23–25].

W ostatnim ćwierćwieczu zostało opracowanych bardzo wiele teorii, które miały nam dostarczyć klucz do odczytywania tego tzw. *społeczeństwa informacji* [Wolf 1996, s. 18–19]. Zarówno Martin Heidegger, jak Friedrich Nietzsche z wielką jasnością zidentyfikowali kluczową rolę techniki nie tylko jako elementu determinującego restrukturyzację procesów ekonomicznych, ale także jako elementu produkcji i opracowywania idei, estetyki i znaczeniowych instrumentów świata [Heidegger 1976; Nietzsche 1981, s. 53–54; Benjamin 1991, s. 12].

To, co się dzieje naprawdę, to wszechogarniająca i rozpowszechniona obecność mediów, która nakazuje nam porzucenie, nie z naszego wyboru, linearnego i przyczynowego sposobu poznawania charakterystycznego dla współczesnej epoki i postrzeganie go w terminach współzależności i cyrkulacji.

Interakcja człowiek – komputer poszerza wachlarz strategii dydaktycznych, jak to się dzieje w organizowaniu materiałów dydaktycznych z podejściem multimedialnym i hipertekstualnym.

Multimedialność jest dziś najbardziej zaawansowaną granicą informatyki. Multimedialny system informatyczny jest programem komputerowym zdolnym do przechwytywania, przechowywania, łączenia w najróżniejsze formy środków

<sup>2</sup> „Wpływ przemian technologicznych na wiedzę wydaje się znaczny. Z tego wynikają i będą widoczne dwie jego podstawowe funkcje: poszukiwanie i przenoszenie wiedzy. Jeśli chodzi o pierwszą, przykład dostępny dla laika pochodzi z genetyki, która wywodzi swój paradygmat teoretyczny z cybernetyki. Istnieją także setki innych. Co do drugiej funkcji, jest znana jako normalizująca, miniaturyzująca i komercjalizująca urządzenia i już dzisiaj są zmodyfikowane sposoby zdobywania wiedzy. Zasadne jest myśleć, że mnożenie się maszyn, które zajmują się informacjami uderza i będzie uderzać najpierw w przemieszczanie się ludzi (środki transportu), a następnie w świat dźwięków i obrazów (media)”, J. F. Lyotard, op. cit., s. 10–11.

ekspresji, które do tej pory były podzielone, takich jak: słowa, dźwięki, obrazy statyczne i ruchome.

Interaktywność natomiast stanowi słowo klucz technologii informatycznych ostatnich pokoleń. Znaczy, z jednej strony, możliwość jednoczesnej współpracy informacji pochodzących z różnych źródeł (słowa, obrazy, dźwięki), ale przede wszystkim zdolność użytkownika do uczestniczenia w procesie opracowywania tych informacji poprzez nadanie mu takiej formy, jaka najbardziej go interesuje.

Dzięki rozprzestrzenianiu się nowych technologii w obecnej rzeczywistości doświadczamy mnożenia się form symbolicznych, które wychodząc od specyfiki technologicznej, wzbogacają się aż do wypracowania zupełnie nowych systemów symbolicznych.

Bez wątpienia dzisiaj w sektorze przekazu wiedzy najbardziej zaawansowanym i wydajnym instrumentem jest instrument multimedialności.

### Wyzwania nowej ewangelizacji w trzecim tysiącleciu

*My nie możemy nie mówić o tym, cośmy zobaczyli i usłyszeli* (Dz 4, 20) – tak mówią Apostołowie przed Sanhedrynem. Jest to symbol Kościoła, który istnieje poprzez ewangelizowanie [Paweł IV].

Rzeczywiście, ewangelizacja jest najmocniejszym i najbardziej ekscytującym wyzwaniem Kościoła od początków jego istnienia. Właściwie impulsem do sprostania temu wyzwaniu nie są sytuacje społeczne i kulturalne, które Kościół przeżywał w swojej historii, ale jest nim polecenie Jezusa Zmartwychwstałego, które definiuje cały sens istnienia Kościoła: *Idźcie na cały świat i głoscie Ewangelię wszelkiemu stworzeniu* (Mk 16, 15) [Jan Paweł II]. Właściwie dzięki tym słowom Jezusa Kościół jest świadomy, że zrodzony z samoudzielenia się Boga w Chrystusie znajduje sens swojego istnienia w samej komunikacji [Panteghini, 1993, s. 9].

Jednym z najważniejszych pytań zadawanych w każdej epoce, a szczególnie w epoce komunikacji, jest pytanie w jaki sposób się komunikować. Jak dotrzeć do serca człowieka zajętego tyłoma innymi wiadomościami, ovladniętego tyłoma mirażami i pozornym szczęściem na wyciągnięcie ręki?

W historii Kościoła uwidacznia się w związku z tym ewidentny kierunek i uważne obserwowanie znaków czasu. Wraz z soborem Watykańskim II także publiczny obraz Kościoła jest w sposób oczywisty zmieniony, właśnie znakiem komunikacji; nie jest już to Kościół, który ekskomunikuje, ale Kościół, który komunikuje; nie jest to Kościół, który potępia, ale Kościół, który dialoguje [Panteghini 1993, s. 9].

Dzisiaj w oczach wielu ludzi chrześcijaństwo nie jest już czymś znaczącym – trochę dlatego, że postęp stworzył człowieka pewnego siebie i dostatecznie samowystarczającego, aby móc stworzyć samemu sobie religię „zrób to sam”, a trochę dlatego, że Kościół w przeszłości nie zawsze potrafił dawać wobec wszystkich świadectwo adekwatne do dzieł miłości Boga. Z tego powodu zajęty jest głównie przekazywaniem wiary i także dlatego usiłuje głosić z nowym zapalem – odwołu-



jąc się do nowych środków wyrazu – Jezusa Chrystusa i Jego Dobrą Nowinę [La Cività Cattolica 1994].

Faktycznie komunikacja Kościoła oparta jest na dwóch fundamentach: na Bogu i na człowieku. Jest komunikowaniem się przy pomocy języka ludzi i, przede wszystkim, wejściem w ich historię i życie. A zatem nie tyle mówić, ile słuchać, aby potrafić dawać realne i wykonalne odpowiedzi.

W gruncie rzeczy zbawienie realizuje się w akcie komunikacji, tak że cała historia biblijna może być odczytywana jako raport z komunikacji, która zaczyna się stworzeniem poprzez Słowo, zostaje przerwana przez grzech, odnawia się poprzez przymierze, obietnice i odkupienie. W stworzeniu świat przewidziany jest jako epifania Słowa, a zatem jako materia komunikacyjna. Wieża Babel jest symbolem tej ludzkości, która już nie potrafi się komunikować. Natomiast Zesłanie Ducha Świętego jest znakiem komunikacji przywróconym mocą jednego Ducha [Panteghini, s. 15].

Kościół naruszyłby powagę swego powołania, swojej natury, gdyby nie był znakiem w świecie, i to znakiem przemawiającym. Poza tym sam człowiek nie może obyć się bez komunikacji i za pomocą wszystkiego, czym ona jest: słowa i gestów, milczenia, spojrzeń i ruchów. Zasadniczo człowiek stworzony jest do komunikowania się, realizuje się w pełni, kiedy potrafi wejść w kontakt z drugim. W optyce chrześcijańskiej cały świat jest materią relacji, ponieważ jest owocem odblasku Słowa Bożego, obrazem Boga w Trójcy, którego istnienie wyraża się w komunii, w relacji i w komunikacji [Panteghini 1993, s. 20].

Centrum i kulminacją komunikowania się Boga z człowiekiem jest Jezus, Bóg, który przychodzi w Osobie, aby mówić o sobie do człowieka i aby pokazać mu drogę, na której jest możliwe do niego dotrzeć [Tanzella-Nitti 1995, s. 762]. To właśnie w Chrystusie realizuje się ten typ komunikacji, który dzisiaj możemy nazwać globalnym. On jest zatem dla każdego chrześcijanina i dla Kościoła w ogóle wzorem i mistrzem komunikacji pod każdym względem.

Jezus komunikuje się przede wszystkim przez słowa i, jak czytamy liście pasterskim *Effatà, apriti*, Kard. Martiniego dotyczącym programu komunikacji pastoralnej, możemy to dostrzec w różnym zakresie. Słowa Jezusa demaskują pułapki komunikacji międzypersonalnej i hipokryzje oraz blokady komunikacyjne w relacjach między grupami [Martini 1990, s. 29].

Jezus wyraża się z jasnością, nie boi się utracić prestiżu, nikogo nie łudzi. Temu, kto chce iść za Nim, daje do zrozumienia, że jest to wybór radykalny, w którym nie ma miejsca na refleksje. W obliczu niesprawiedliwości i hipokryzji głosi ze stałością i zdecydowaniem swoje oskarżenia, wiedząc, że stanie się wrogiem najbardziej oświeconych i wpływowych osobistości swojego czasu. Także wobec apostołów Jego komunikacja jest szczerą, a kiedy nadarza się okazja, nie ma problemu, by dać twardą odpowiedź albo zganić.

A zatem Jezus podpira i wzmacnia komunikację, przyjaźń, bycie razem w braterstwie przez słowa, gesty, to przez nie wyraża On także swoją niepowtarzalną relację z Ojcem i zarazem swoje pragnienie przebywania z ludźmi [Martini 1990, s. 29].

Na drugim miejscu komunikuje się przez cuda, poprzez które przywraca zablokowaną i zerwaną komunikację i które, w tym samym czasie, są znakami zbawczej i opatrnościowej obecności Boga. Jezus komunikuje się także przez swoje zachowania wobec ubogich, potrzebujących, chorych, marginalizowanych, kobiet i dzieci, ogólnie – wobec wszystkich kategorii osób uważanych za ostatnie<sup>3</sup>.

Na początku trzeciego tysiąclecia stajemy wobec rzeczywistości bardzo złożonej. Nauki społeczne i filozofia – jak widzieliśmy – definiują ten czas terminem „postmodernizm”, aby wskazać koniec epoki i początek czegoś nowego, czego zarysów i zasięgu jeszcze dobrze nie znamy.

Ta sytuacja przynagliła Kościół w szczególny sposób. Właśnie dlatego nie może on dzisiaj pozostać obojętny, a nawet – mimo przeciwności i różnorodnych wyzwań – musi poszukiwać nowego znaczenia swojego postępowania. W odniesieniu do tego jeden ze współczesnych autorów stwierdza, że ewangelizacja w postmodernizmie znaczy dla Kościoła przededefiniowanie własnej tożsamości skonfrontowanej z kulturowym klimatem innym od tego, do którego z takim trudem już się przystosował. Ale to znaczy również potraktowanie na serio misterium czasu, który jest darem Boga, i zaakceptowanie do końca przygody, którą ta przyszłość zgotowała, z wdzięcznością i nadzieją [Savagnone 1997b, s. 8].

Nowością w ewangelizacji być może jest odzyskiwanie najbardziej podstawowej charakterystyki Kościoła, czyli jego pozostawania w nieustannej drodze. To przede wszystkim historia ludu izraelskiego – tylko przez wyjście z Egiptu może on doświadczyć bliskości Boga, który zna wszystkie ludzkie cierpienia. Tak samo jest z misją Jezusa, który, chodząc od wioski do wioski, czyni się znakiem sprzeciwu, przybliża się i docenia zwłaszcza kategorie ludzi wykluczonych i potępianych. Także apostołowie, naśladując swojego Mistrza, przemierzali wiele kilometrów, aby zanieść Ewangelię również do ludów pogańskich.

Prawdopodobnie dzisiejszym ewangelizatorom nasuwa się pytanie o wejście na drogę, aby uciec od pewnych schematów chrześcijaństwa, które w krótkim czasie będzie się opierać, w ogromnej większości, na regułach i zakazach. Chodzi tu o wejście w dzisiejszą kulturę, aby uzyskać możliwość wzrostu, pomimo napotykaných przeciwności. Obraz Areopagu z Aten (Dz 17, 22–34) jest przykładem tego, jak możliwe jest wyjście od istniejącego świata, aby zachęcić go do spotkania z Bogiem prawdziwym. Św. Paweł naucza, że nawet jakiś element sprzeczny z chrześcijańską tradycją może stać się punktem wyjścia do zbliżenia się do wiary.

Kwestia głoszenia w epoce triumfu *informacji medialnej*, w epoce rewolucji technologicznej i kulturowej wywołanej przez Internet, telewizję, telefonie satelitarne, mnożenie się komunikacyjnych możliwości „elektronicznych”, nie może być lekceważona. Należy korzystać z każdej dostępnej ścieżki eteru. Jakiś adres Web (albo strona) przez Internet może przekształcić się w elektroniczny areopag, na

<sup>3</sup> Por. Instrukcja duszpasterska Papieskiej Komisji ds. Środków Społecznego Przekazu *Communio et progressio*, 11.



którym można głosić dobrą nowinę o Panu Zmartwychwstałym szerokiemu gronu odbiorców, którzy ledwie co Go znają.

Człowiek współczesny porusza się po wielkich pustyniach, które często przysyłają nieświadome powołanie do wolności. Jednakże nigdy tak jak dzisiaj, w społeczeństwie komunikacji totalnej, nie było widać takiej eksplozji presji niekomunikatywnych, skierowanych na zanegowanie praw drugiej osoby, aby mówić i nawet w końcu by istnieć [Savagnone 1997a, s. 12].

Zadaniem Kościoła jest rozpoznać niewypowiedziane pytania ludzkości. a także te dwuznaczne i obojętne postawy, które niekiedy mogą zatrzymać zbawcze działanie. Musi on także być gotowy na wszystko, na przystosowanie się do szaleńczego rytmu ciągłej ewolucji i umiejętność przedstawienia się nie jako jakiś ideał, tylko jako konkretna i aktywna rzeczywistość w codziennym życiu.

Oczywiście jest ściśle powiązanie komunikacji i świata życia. Ten witalny świat jest w rękach podmiotów zajętych komunikacją, czyli na tym egzystencjalnym polu, na którym osoby mogą się spotykać.

Samotność i niemożność komunikowania, ale także ślepotą i trudność przyjmowania rzeczywistości to bariery do pokonania dla Ducha Pana. Tu przychodzi na myśl formuła św. Pawła: *Nie ma już Żyda ani poganina, nie ma już niewolnika ani człowieka wolnego, nie ma już mężczyzny ani kobiety, wszyscy bowiem jesteście kimś jednym w Chrystusie Jezusie* (Gal 3, 28) [Savagnone 1997a, s. 56].

Temat komunikacji jest miejscem, w którym objawiają się i zbiegają problemy współczesnego człowieka. Nie możemy się ludzi, ignorując go, ani też ograniczyć się do potraktowania go jako jakąś modę. Jesteśmy przekonani, że przyszłość naszej cywilizacji przechodzi przez wypracowanie kultury komunikacji.

Współczesna rzeczywistość stawia nam przede wszystkim mocne wyzwanie autentyczności. Żyjemy dzisiaj w cieniu konsumpcjonizmu, który w pewnym sensie dąży do zmonopolizowania wyborów życiowych, objawia tendencję do kroczenia pod prąd, a w niektórych przypadkach do uczynienia z transgresji, kreatywności i nieprzewidywalności wartości, które pomagają jednostce wyrazić się w swojej wyjątkowości. Jest to żądanie, które, tak jak Kościół, wzywa nas, ale w pewien sposób musi nas także niepokoić. Należy przyznać, że na przestrzeni historii przesłanie chrześcijańskie było niekiedy przekręcane i uważa się, że jego spójność mogła być dobrą gwarancją wierności słowu Bożemu. Dzisiaj po części zbieramy owoce tej przeszłości, wiele osób jest daleko od Kościoła ze strachu przed utratą własnej oryginalności i przymusem dostosowania się do zasad i bezosobowych przykazań.

Być może chodzi o przejście od nauczania wiary opartej na przekazie idei, koncepcji i utartych formuł do innego, bardziej prawdziwego, które patrzy na osobę w jej integralności i wzbogaca ją za pomocą konkretnych form i gestów, pełnych autentyczności, a nie tylko za pomocą słów. Chodzi tu o odzyskanie ludzkości Chrystusa, która zawsze wychodzi z doświadczenia każdego człowieka, z przyjęcia osoby z jej niepowtarzalnością i kruchością, aby poprowadzić ją do horyzontów miłości, która wyzwala.

Innym pragnieniem nowoczesnego człowieka jest pełne realizowanie się. Być zrealizowanym oznacza dzisiaj osiągnięcie pewnej stabilności, także ekonomicznej, i dobrego samopoczucia w każdym otoczeniu, a w konsekwencji czucie się „na miejscu” ze sobą samym i z innymi, czyli osiągnięcie szczęścia.

Z tego punktu widzenia ewangelizacja może po prostu wyjść od tego ludzkiego pragnienia, aby przedstawić chrześcijański przekaz osobistej realizacji jako element fundamentalny i jako drogę ku jedności.

Jezus zaproponował prawdziwą szczęśliwość, taką, która nie przemija, która nie jest przywiązana do rzeczy tego świata. Ewangelia o Błogosławieństwach (Mt 5, 3 nn) jest tego przykładem: pomimo trosk dnia codziennego i nieuniknionych smutków wierzący może liczyć na moc Boga. Tak naprawdę to jest prawdziwe szczęście: „tajemna pełnia”, która nie wypływa z faktu, że zewnętrzne sprawy dobrze idą, ale raczej z głębokiej wewnętrznej pogody, która pozwala czuć się dobrze, mimo iż sprawy idą źle.

Kiedy mówi się o relacjach międzyludzkich, nie można pominąć kolejnego tematu, który stał się bardzo ważny dla współczesnego człowieka, czyli jakości jego życia. Na początku trzeciego tysiąclecia ważne jest, by zapytać o to, jak się żyje. Pod określeniem *jakość* kryje się niezliczona ilość czynników, m.in. dbałość o własny wizerunek, o własną fachowość, o samopoczucie fizyczne i psychiczne. Jakość życia to dla współczesnego człowieka wysiłek, aby poprawić własny byt, własne działanie i czynić to przez zaspokajanie swoich potrzeb. Jednakże największym ryzykiem w społeczeństwie konsumpcyjnym jest fakt, że często pojawiają się potrzeby nieużyteczne, pragnienia niespełnialne, które czynią osobę głęboko nieusatysfakcjonowaną.

Wiemy, że człowiek rzeczywiście ma w sobie pierwotne potrzeby, które dają zwykłą satysfakcję, natomiast w dzisiejszym społeczeństwie panuje tendencja do stymulowania ich, aż nim ośladną i go podbiją. Żądanie współczesnej kultury odnośnie do jakości życia może u chrześcijan spowodować odkrycie, że wiara nie została im dana przez znieczulenie ich zdolności i potrzeb, ale przez obudzenie i skierowanie ich ku Jedyńemu, który może dać im ukojenie [Savagnone 1997b, s. 79].

Odwołanie do jakości życia może być poza tym dla chrześcijanina czynnikiem stymulującym do dawania zdecydowanego świadectwa, które poprzez aktualizowanie Pisma Świętego może pomagać człowiekowi jego czasu w odróżnieniu tego, co jest wieczne, od tego, co chwilowe, a zatem niewarte zachodu, ponieważ nie prowadzi do pełnej realizacji, a przede wszystkim do szczęścia.

W kulturze postmodernistycznej jest teraz oczywiste, że każda jednostka żyje w swojej oryginalności wyrażanej przez różne osobiste potrzeby. Mówi się o kulturze różnorodności, a tym terminem określa się różnaitość odmian, oczekiwań, potrzeb i możliwości realizowania, które są w sercu współczesnego człowieka. Złożoność, która może być punktem wyjścia dla nowej ewangelizacji, jest tym samym punktem spotkania z ludźmi tego czasu.

Prawdziwa wspólnota rozwija się i realizuje w różnorodności każdego z jej komponentów, a zatem może to dać Kościołowi realną korzyść przez dawanie świadectwa, a przede wszystkim przez jego świętość.

Kolejnym charakterystycznym elementem aktualnej epoki jest wolność. Wolność w stosunkach międzyludzkich jest wolnością bycia i działania. Bez wątpienia to żądanie jest bardzo odczuwalne. Możliwość kierowania własnym życiem bez żadnych zewnętrznych ograniczeń, działanie tak, jak się chce, bez żadnego kresu, i analogiczne prawo drugiej osoby do tego samego, nieingerowanie w sferę prywatności – to niektóre formuły tego podstawowego żądania, już rozwiniętego we współczesnej cywilizacji i potwierdzonego w nowej, post-modernistycznej kulturze.

Wobec tego żądania nowa ewangelizacja jest pobudzana do przywołania podstawowej prawdy: Jezus jest tym, kto nigdy nie gwałci wolności. Przeciwnie – to On czyni wolnym.

Być może jest to podstawowe przesłanie, które powinno być przekazywane przez chrześcijan dzisiaj. Pomagać współczesnemu człowiekowi zrozumieć, że Ewangelia jest pewnym źródłem do realizowania jego najbardziej ukrytych pragnień, ponieważ wyzwala go z niejasności. Ewangelizator jest dzisiaj tym, kto spotkał Chrystusa w życiu codziennym i daje o Nim świadectwo w konkretnych gestach solidarności i przyjmowania różnorodności, zdając sobie sprawę, że Ewangelia jest kluczem do samorealizacji i najlepszym sposobem, aby osiągnąć najwyższą jakość życia.

### **Komunikacji kościelna w epoce cyfrowej agory [Kuciński 2019]**

W dziele nowej ewangelizacji potrzeba byśmy korzystali z nowoczesnych środków komunikacji. Komunikacja za pośrednictwem Internetu jest niezwykle ważna dla współczesnych instytucji. Internet nie wchłonał całkowicie poprzednich form medialnych, ale spowodował przewartościowanie środków masowego przekazu. Internet jest ściśle powiązany z poprzednimi mediami, a jednak wyraźnie od nich różny. Kształtuje nową drogę komunikowania się, a jego możliwości całkowicie zmodyfikowały stosunki różnych organizacji z ludźmi i mass mediami.

Z powodu tak silnego rozwoju i znaczenia Internetu badania nad jego fenomenem nieustannie się rozwijają. Nauka ta jednak próbuje skupić się na kwestiach, które nie były jeszcze dokładnie zbadane. Nie chodzi o badania nad Internetem jako narzędziem technicznym, ale o relacje między Kościołem katolickim a Internetem i o szczególnie rodzaj służby, którą serwisy internetowe pełnią w zbiorowej komunikacji Kościoła. Te badania próbują stworzyć swoisty most między dwoma rzeczywistościami: religijną instytucją, która chce przekazać jakąś wiadomość (tj. Kościół), a instrumentem komunikacji, który wywiera wpływ na zasady i mechanizmy nie zawsze całkowicie zrozumiałe przez informatory kościelne [Babil, Ann, Zukowski 2000; Domanin & Stefano Porro 2001; Comodo, Poli 2002; Apolito 2002; Maritati 2002; Mazza 2002; Zanon 2013; Kloch 2013]<sup>4</sup>.

<sup>4</sup> Bibliografia o związku między Kościołem a Internetem zgrupowana jest w wielu różnych kategoriach, takich jak badania psychologiczno-socjologiczne, teologiczno-wychowawcze albo kazuistyka.

Przez ostatnie dziesięciolecia Kościół katolicki wykorzystywał technologię Internetu, prezentując swoje przesłanie. Nowy, skomplikowany świat komunikacji sprawia, że wiara musi zostać przeniesiona w przestrzeń Internetu. Wspólnota Kościoła z jednej strony staje się przedmiotem uwagi środków masowego przekazu, a z drugiej stara się coraz aktywniej używać tego nowego medium, by szerzyć przesłanie Ewangelii. Oczywiście, Kościół jest zainteresowany docieraniem do ludzi i instytucji na całym świecie, ale interesuje się głównie docieraniem do wiernych, których jest na całym globie ponad miliard (17% populacji)<sup>5</sup>.

Niezależnie od teologicznych rozważań Kościół cieszy się wysoką moralną władzą w przestrzeni publicznej. Ta władza jednakże wymaga stałego wysiłku ze strony przekazujących informacje Kościoła, by zająć oficjalne stanowisko w nauczaniu, a szczególnie w tych często spornych i trudnych zagadnieniach, takich jak m.in. obrona praw człowieka, wolność religijna i ekologia. Stąd komunikacja internetowa stała się bardzo ważnym elementem dla Kościoła katolickiego oraz wszystkich jego instytucji. Współpraca między Kościołem a Internetem jest dobrym sposobem na docieranie z Ewangelią do różnych miejsc, a także przybliżanie teologicznej perspektywy wiernym. To podejście może stanowić przedmiot zainteresowania rozmaitych teologicznych dyscyplin (np. teologia komunikacji, teologia duszpasterska, eklezjologia, teologia dogmatyczna itd.). Jednakże stosunki Kościoła z Internetem również mogą być przedstawione w świetle nauki o komunikacji społecznej, perspektywie zastosowania w nauce. To podejście rozważa, czym Kościół jest, jakie są cele zbiorowej komunikacji oraz jak medium (tj. Internet, a szczególnie serwisy internetowe) jest przystosowane do celów komunikacyjnych.

Przez dwa tysiąc lat Kościół różnymi środkami przekazywał informacje i głosił Ewangelię. W dzisiejszym środowisku medialnym próbuje stosować do takich samych celów Internet. Pomimo mnogości prób przesłania Dobrej Nowiny na serwisach internetowych wielu doznało niepowodzenia, nastąpił tu bowiem rozdźwięk między tym, co ma się do powiedzenia, a tym co się faktycznie przekazuje<sup>6</sup>. Na tej płaszczyźnie zawiera się nauka o komunikacji społecznej. W tym miejscu można też postawić pytania dotyczące umiejętności instytucji religijnej komunikowania swych wiadomości przez Internet. Co zrobić, by próby komunikacji się powiodły i były przy tym skuteczne? Nie ma jednej, ostatecznej odpowiedzi na te pytania.

---

Naukę o Internecie z perspektywy nauczania Kościoła zawiera wiele publikacji. Większość z nich ukazuje cenne i pomocne wiadomości dla osób zajmujących się informacją kościelną.

<sup>5</sup> Ogólnoświatowe rozmieszczenie katolików wygląda następująco: 50% w Ameryce, 26,1% w Europie, 12,8% w Afryce i 10,3% w Azji i Oceanii. Równie ważna jest liczebność kilku kategorii wierzących: 4695 biskupów; 40 5058 księży; 30 097 diakonów; 54 828 religijnych mężczyzn (nie księży); 782 932 religijnych kobiet; 28 766 członków świeckich instytucji oraz 143 745 misjonarzy. Dane pobrane z „Rocznika Statystycznego Kościoła” (2014).

<sup>6</sup> Wypadek tzw. pęcherzyka internetowego w 2000 r. wpłynął na wszystkie rodzaje serwisów internetowych, w tym religijne. Przykładem katolickiego serwisu internetowego, który został zamknięty w 2003 r., w dwa lata po jego tworzeniu, był włoski portal Gloriaonline – [www.gloriaonline.it](http://www.gloriaonline.it). [09 czerwca 2021].

Można ustalić, jaka jest misja Kościoła i zastanowić się, czy Internet może odpowiadać na potrzeby współczesnej ewangelizacji oraz w jakim zakresie wspólnota Kościoła powinna używać Internetu w swojej komunikacji. Kościół definiuje siebie jako rzeczywistość skierowaną na Boga i przeznaczoną do tego, by głosić Dobrą Nowinę oraz proponować wszystkim ludziom, w jaki sposób dojść do królestwa niebieskiego (przez sakramenty i słowo Boże). Doktryna i dyscyplina Kościoła katolickiego wyrażają się bardzo jasno, że sakramentów udziela duchowieństwo i nie mogą być one rozdawane za pośrednictwem Internetu. Wiara jako nadprzyrodzona cnota nie może być „uzyskana” za pośrednictwem Internetu. Wskutek tego to medium nie jest niezbędne dla Kościoła z ustawodawczego punktu widzenia. Tak naprawdę Kościół pełnił swoją misję przez dwadzieścia wieków bez Internetu. Jednakże fakt, że instytucja ta radziła sobie bez tego środka medialnego, nie znaczy, że nie jest on przydatny i bardzo ważny dla ewangelizacji. Przeciwnie – jako instrument komunikacji Internet jest dziś niezbędny dla misji Kościoła. Ponadto misja Kościoła nie ogranicza się jedynie do sfery duchowej, lecz ma także dużo do powiedzenia o warunkach życia człowieka na ziemi. Dzisiaj Kościół jest jednym z głównych promotorów godności osoby, szacunku i praw człowieka oraz światowego pokoju. Dlatego też Internet może być dla Kościoła niezbędnym instrumentem w przygotowywaniu do ewangelizacji i promocji ludzkich wartości.

Kościół w sposób szczególny zajmuje się Internetem. Zdaje sobie sprawę, że jest on potężnym środkiem przekazywania informacji, jednak analizuje, jak ten środek przekazu może mu pomagać. Głowy Kościoła zastanawiają się nad kwestią użycia Internetu i konsekwencjami z tym związanymi. W tym sensie próbują analizować wpływ, jaki Internet ma na Kościół. Rozumienie możliwości tego nowego medium i natury instytucji może pomóc zrozumieć, jak dwa oddziałujące na siebie obszary pozostają niezależne. Pomimo znacznych różnic wśród instytucji Kościoła na całym świecie tworzenie biur komunikacji kościelnej, mających wpływ na komunikację zbiorową, jest dowodem, że Kościół zrozumiał znaczenie zajmowania się mass mediami. Potrzebny jest krok do przodu, by użyć Internet do komunikacji kościelnej.

### **Podsumowanie**

Kościół z odwagą podejmuje wyzwania związane z obecnymi przemianami w otaczającym nas świecie. Przez wieki ewangelizacja oznaczała dotarcie z przesłaniem Dobrej Nowiny do nowych obszarów geograficznych. Dzisiaj natomiast odnosi się ona do wchodzenia w nowe kręgi kultury, a szczególnie kultury cyfrowej [Jan Paweł II 2005, s. 24]. W przypadku Internetu ewangelizujący muszą zwrócić uwagę na zupełnie nowe problemy. Internet nie uczy wartościowania ogromnej ilości informacji w nim zawartych. Innym z problemów jest bezrefleksyjny sposób z niego korzystania. Jest z tym związany również w pewnym sensie relatywistyczny sposób myślenia prowadzący do wyzbycia się osobistej odpowiedzialności i zaangażowania [Jan Paweł II 2005, s. 24–26].

Nowe technologie stwarzają ewangelizacji niespotykane dotąd możliwości. Wagę portali internetowych, a przede wszystkim serwisów społecznościowych w swoim nauczaniu podkreślali wielokrotnie papieże [Benedykt XVI 2013, s. 10–12; Kloch 2014, s. 240–243]. Mogą one stać się pomocne w dialogu ze współczesnym światem. Serwisy społecznościowe stanowią dzisiaj integralną część społeczeństwa dlatego ważne jest, by Kościół coraz bardziej był na nich obecny. Facebook, YouTube, Twitter oraz wiele im podobnych, czekają na poważne opracowania naukowe w kontekście ewangelizacji.

Sieć daje nam dzisiaj ogromne możliwości, by z naszym przesłaniem trafić do wielu ludzi w ich środowisku domowym. Sytuacja ta stwarza Kościołowi szansę, by w następstwie komunikacji, przyprowadzić te osoby do wspólnoty wierzących oraz ułatwić powrót do życia sakramentalnego. Niestety ciągle mała jest świadomość potrzeby świadczenia własnej wiary w Internecie i na forach społecznościowych. Internet, jako przestrzeń bezrefleksyjna i relatywistyczna, potrzebuje ewangelizacji oraz świadectwa chrześcijan. Internet stwarza wspaniałą okazję do dialogu ze współczesnym człowiekiem.

### Bibliografia

- Ambrosio G. (1996), *La Chiesa e i media*. Milano.
- Arasa D., Cantoni L., Ruiz A. (red.) (2010), *Religious Internet Communication. Facts, Trends and Experiences in the Catholic Church*. Roma.
- Ashby W. R. (1971), *Introduzione alla cibernetica*. Turyn.
- Austin S. J. (2007), *Church 2.0. A Study of Church Web Development In Light of Web 2.0*. Missouri: Missouri State University.
- Baab L. M. (2012), *Toward a Theology of the Internet. Place, Relationship and Sin*, [w:] Cheong P. H. (red.), *Digital Religion, Social Media, and Culture. Perspectives, Practices, and Futures*. New York.
- Bauman Z. (2013), *Facebook i Twitter wspierają demokrację i prawa człowieka?*, „Nowe Media” nr 4 (2).
- Campbell H. A., Calderon P. (2007), *The Question of Christian Community online. The Case of The Artist World Network*”, „Studies in World Christianity”, nr 13.3.
- Cantelmi T., Grifo L. G. (2003), *Fascynująca sieć Internetu*. Kraków.
- Carnicella M. C. (1998), *Comunicazione ed evangelizzazione nella Chiesa*. Milano.
- Castells M. (2008), *Społeczeństwo sieci*. Warszawa.
- Cichocki P. (2012), *Sieć przyjaciół. Serwis społeczności owy oczami etnografa*. Warszawa.
- *Communio et progressio*, AAS 63 (1971).
- De Farias J. J. (2019), *Nowa ewangelizacja a kultura*, „Nowa ewangelizacja. Kolekcja „Communio””, t. 8.
- Dziewiecki M. (2001), *Czy można wypowiadać się przez Internet?*, „Katecheta” nr 6.



- Dziewiecki M. (2006), *Komunikacja pastoralna*. Kraków.
- Fox T. C. (1997), *Katolicyzm w Internecie*. Warszawa.
- Gismondi G. (1992), *Nuova evangelizzazione e cultura*. Bologna.
- Goban-Klas T. (2005), *Cywilizacja medialna, geneza, ewolucja, eksplozja*. Warszawa.
- Goban-Klas T. (2009), *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*. Warszawa.
- Górny A. (2007), *Galaktyka Internetu – globalny obszar nowych form religijności*, [w:] Libiszowska-Żółtowska M. (red.), *Religia i religijność w warunkach globalizacji*. Kraków.
- Górny A. (2010), *Przestrzeń sekularyzacji czy narzędzie desekularyzacji. Internet a procesy transformacji religijnej*, [w:] Baniak J. (red.), *Między socjologią i teologią. Pola zainteresowani i badań naukowych Janusza Mariańskiego*. Poznań.
- Grolla V. (1999), *L'agire della Chiesa. Teologia pastorale*. Padova.
- Heidegger M. (12976), *La questione della tecnica*, [w:] Heidegger M., *Saggi e discorsi*. Mediolan.
- Heil B., Piskorski M. J. (2009), *New Twitter Research. Men Follow Men and Nobody Tweets, Conversation Starter*. Harvard.
- I Ogólnopolskie Seminarium (1998), *Internet jako narzędzie ewangelizacji*. Warszawa.
- Jan Paweł II (1991), Encyklika *Redemptoris missio* o stałej aktualności posłania misyjnego, Rzym 1990, „AAS 83” nr 4.
- Jan Paweł II (2001), *Kościół a kultura medialna*, „OsRom” wyd. pol., 233 nr 5.
- Jan Paweł II (2005), *List apostolski Szybki rozwój*, „OsRom” wyd. pol., 275 nr 7–8.
- Jan Paweł II (2005), *Środki przekazu w służbie ewangelizacji*, „OsRom” wyd. pol., 272 nr 4.
- Jeż A. (2002), *Jezus Chrystus w kontekście ludzkiej komunikacji*. Tarnów.
- Joos A. (1989), *Messaggio cristiano e comunicazione oggi*. Negrar.
- Kaszowski M. (2002), *Internet na usługach ewangelizacji i teologii*, „Śląskie Studia Historyczno-Teologiczne”, z. 2, t. 35.
- Kloch J. (2001), *Internet a duszpasterstwo – filozofia umiaru*, „Więź” nr 2.
- Kloch J. (2011), *Kościół – Informatyka – Internet. Wybór bibliografii polskiej z lat 2002 – 2011*, [w:] Kloch J. (red.), *Internet i Kościół*. Warszawa.
- Kloch J. (2006), *Wypłynąć na głębie: stosowanie technologii informatycznych i Internetu w Kościele w myśli Jana Pawła II*, „Studia Elbląskie” nr 7.
- Kuciński M. (2019), *Internet w Kościele – Kościół w Internecie. Cyfrowa agora przestrzeni nowej ewangelizacji*. Pelplin.
- Lyon D. (1994), *Postmodernity*. Buckingham: Open University Press.
- Manselli R. (1993), *Le telecomunizazioni che cambiano*. Torino: UTET.
- Mróz M. (2007), *Jak mówić o Bogu w Internecie?*, [w:] Klauza K., Wyrostkiewicz M. (red.), *Przekaz mojemu ludowi, co mówi Bóg. Ewolucja czy kryzys przepowiadania?* Lublin.

- Mróz W. (2001), *Kościół a Internet na progu XXI wieku*, [w:] Drożdż B. (red.), Na progu Trzeciego Tysiąclecia. Legnica 2001.
- Niwiński A. (2004), *Środki informatyczne w katechetycznej działalności Kościoła*, Kraków.
- Ołdakowski K. (2010), *Przez Internet*, „Posłaniec” nr 1.
- Pamuła S. (1992), *Środki społecznego przekazu a dzieło ewangelizacji*, „Homo Dei” nr 2–3.
- Panteghini G. (1993), *Quale comunicazione nella Chiesa?* Bolonia.
- Papieska Rada ds. Kultury (1999), *Per una pastorale della cultura*, Citta del Vaticano.
- Papieska Rada ds. Środków Społecznego Przekazu (2011), *Etyka w Internecie*, [w:] Kloch J. (red.), Internet i Kościół. Warszawa.
- Papieska Rada ds. Środków Społecznego Przekazu (2011), *Kościół a Internet*, [w:] Kloch J. (red.), Internet i Kościół. Warszawa.
- Papieska Rada ds. Środków Społecznego Przekazu (2000), *Per un’etica della comunicazione sociale*. Citta del Vaticano.
- Paweł VI (1976), Adhortacja apostolska *Ewangelii nuntiandi* o ewangelizacji w świecie współczesnym, „AAS” 68, nr 1.
- Pawłaszczyk A. (2009), *Duszpasterz w Sieci*, „Pastores” nr 42 (1).
- Ravasi G. (2011), *Kościół i blog – wspaniałe narzędzie ewangelizacji. Przewodniczący Papieskiej Rady ds. Kultury o spotkaniu Kościoła i blogerów*, [w:] Kloch J. (red.), Internet i Kościół. Warszawa.
- Ravasi G. (2011), *Nowy dziedzinec pogan w Sieci*, „OsRom” 337, nr 10–11.
- Rożnowska K. (2006), *Internet jako środek nowej ewangelizacji*, „Studia Loviciensia” nr 8.
- Sitkowska K. (2010), *Kościół wobec wyzwań nowych technologii*, „Kultura – Media – Teologia” nr 2.
- Sitkowska K. (2009), *Sobór w dobie Internetu*, [w:] Seweryniak H., Przybysz M., Robak M. (red.), *Świt nad potokiem Jabbok*. W kręgu pytań o wyobraźnię w wierze, kulturze i mediach. Płock.
- Siuda P. (2010), *Religia a Internet. O przenoszeniu religijnych granic do cyberprzestrzeni*. Warszawa.
- Sobór Watykański II (1976), *Dekret o środkach społecznego przekazywania myśli Inter mirifica*, [w:] Konstytucje, dekrety, deklaracje. Poznań.
- *Społeczeństwo informacyjne – wizja czy rzeczywistość?: II ogólnopolska konferencja naukowa*, t. 1, Kraków 2004, <http://winntbg.bg.agh.edu.pl/skrypty2/0095/033-040.pdf>. [10 czerwca 2021].
- Stopka A. (2007), *Bóg w Internecie? Kościół w Internecie?*, [w:] Klauza K., Wyrostkiewicz M. (red.), *Przekaz mojemu ludowi, co mówi Bóg. Ewolucja czy kryzys przepowiadania*. Lublin. Wydawnictwo KUL.
- Szmigielska B., (red.) (2008), *Cale życie w Sieci*. Kraków.
- Śmigiel W. (2002), *Internet jako narzędzie działalności pastoralnej Kościoła*, „Studia Pelplińskie” nr 33.

- Trubeckoj N. S. (1971), *Fondamenti di fonologia*. Turyn.
- Turkle S. (1997), *La vita sullo schermo. Nuove identità e relazioni sociali nell'epoca di Internet*. Mediolan: Apogeo.
- Wieczorek B. (2008), *Pokolenie Google szuka Boga*, „Przegląd Powszechny” nr 4.  
     Zasępa T. (2003), *Komunikacja cybernetyczna wyzwaniem dla Kościoła*, [w:]  
 Zasępa, R. Chmura T. (red.), *Internet i nowe technologie – ku społeczeństwu przyszłości*, Częstochowa.  
     Zdunkiewicz-Jedynak D. (2006), *Surfując po Internecie w poszukiwaniu Boga. Gatunki komunikacji religijnej na polskich stronach internetowych*. Tarnów.  
     Zukowski A. A. (1998), *Cambiare i paradigmi: prospettive sulla progettazione della comunicazione pastorale*, [w:] *The pastoral planning of social Communication*. Montreal: EP.  
     Zukowski A. A. (2000), *Un nuovo senso del luogo per l'evangelizzazione: l'era virtuale e il Vangelo*, [w:] -SiCEI (red.), *WWW.Chiesa-in-rete, Nuove tecnologie e pastorale*, UCSAtti del Seminario di Assisi, 9–11 marzo.  
     Zyga S. (2010), *Internet Communication in Religious Institutions*, [w:] Arasa D., Ruiz A. (red.), *Religious Internet Communication. Facts, Trends and Experiences in the Catholic Church*. Roma.

## SOCIO-CULTURAL CHANGES AND NEW FORMS OF COMMUNICATION AND THEIR SIGNIFICANCE FOR THE MISSION OF THE CHURCH

**Summary:** This article attempts to answer the question of how the new media, especially the Internet, can meet the challenges facing contemporary society. Aware of the social and cultural changes, the Church must seek new ways to reach contemporary people with the Gospel message. Just as in the apostolic era traditional letter writing was used to spread the Gospel, so today the latest channels of information and formation offered by the Internet must be used, and the use of new information technologies is a necessity for the Church. Since the Second Vatican Council, we have increasingly focused our search, in an open and positive way, on reflection about the means of social communication and the impact they have on public opinion. This publication seeks to show to what extent socio-cultural changes are changing the face of communication and the new way in which the Church carries out her evangelising mission.

**Key words:** Culture, Church, Christianity, new evangelization, Internet, Social Media, Pastoral Care, Media, digital evangelization.