

KS. MAREK WERESA

*Instytut Edukacji Medialnej i Dziennikarstwa
Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego*

ZADANIA INFORMACYJNE MEDIÓW W UJĘCIU PAPIEŻA FRANCISZKA ANALIZA ZAWARTOŚCI ORĘDZI NA ŚWIATOWY DZIEŃ ŚRODKÓW SPOŁECZNEGO PRZEKAZU (2014–2017)¹

Słowa kluczowe: zadania informacyjne mediów, orędzia papieskie, światowy dzień środków społecznego przekazu, papież Franciszek

1. Wstęp i metodologia badań. 2. Charakterystyka zadań informacyjnych mediów. 3. Zadania informacyjne mediów w ujęciu papieża Franciszka. 4. Weryfikacja hipotez badawczych – wniośki – interpretacja. 5. Podsumowanie

1. WSTĘP I METODOLOGIA BADAŃ

Artykuł prezentuje analizę nauczania papieża Franciszka dotyczącego zadań informacyjnych mediów od czasu inauguracji jego pontyfikatu². Autor podjął próbę rozwiązania problemu badawczego, który przybrał formę następujących pytań badawczych: Czy w orędziach papieża Franciszka, zredagowanych z okazji Światowych Dni Środków Społecznego Przekazu, został podjęty temat zadań informacyjnych środków komunikowania masowego?³ Jak rozumie komunikację w swym nauczaniu papież Bergoglio? Czy prezentowane wnioski dotyczące

¹ Publikacja powstała na bazie pracy licencjackiej zatytułowanej *Zadania mediów w ujęciu Benedykta XVI i Franciszka. Analiza zawartości Orędzi na Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu (2006–2017)*, napisanej i obronionej przez autora niniejszego artykułu na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna, na Wydziale Teologicznym Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie 19 VI 2018 r.

² W pracy autor jako synonimiczne traktuje następujące terminy: „zadania mediów”, *media tasks*, „zadania środków komunikowania masowego”.

³ Ilekroć w artykule pojawia się słowo „orędzie”, to oznacza Orędzie na Dzień Środków Społecznego Przekazu.

zadań mediów różnią się bądź są zgodne z poglądami współczesnych medioznawców? Jak zadanie informacyjne jest interpretowane w orędziach?

Na podstawie tych pytań sformułowano następującą ogólną hipotezę badawczą: W nauczaniu papieża Franciszka, wyrażonym w orędziach na Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu w latach 2014–2017, obecne jest zagadnienie zadania informacyjnego mediów oraz zagadnienia dotyczące komunikacji. Przedstawione zadania mediów są zgodne z obecnym stanem nauki. Zadania informacyjne wpisują się w proces komunikacji.

Materiał badawczy niniejszego artykułu stanowią orędzia papieskie na Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu z lat 2014–2017. Metodą badawczą, którą posłużył się autor, jest metoda syntezy i analizy, metoda analizy zawartości wraz z interpretacją hermeneutyczną.

W podjętych badaniach wykorzystano polską literaturę naukową dotyczącą zadania informacyjnego mediów. Publikacje polskich medioznawców tworzyły podstawę w charakterystyce zadań informacyjnych w części teoretycznej prezentowanego artykułu.

Nieustanny rozwój mediów wpływa na to, iż prezentowany temat jest ciągle aktualny. Łatwość w przekazie informacji oraz wzajemnym kontaktowaniu się dzięki nowym mediom, wpływa na znaczenie omawianego zagadnienia. Stanowisko Kościoła w kwestii rozumienia zadań informacyjnych mediów, które jest wyrażone poprzez nauczanie papieża, z racji kontekstu społecznego, w którym ulegają nasileniu procesy mediatyzacji⁴, może nabierać nowego, ważnego znaczenia.

2. CHARAKTERYSTYKA ZADAŃ INFORMACYJNYCH MEDIÓW

Jak zauważa Walery Pisarek, informowanie (w najszerszym sensie) rozumie się jako każdy przepływ danych między nadawcą a odbiorcą. Tak ujęte przekazywanie informacji jest synonimem komunikowania⁵.

Maciej Mrozowski, dokonując syntetycznej typologii zadań mediów i odpowiadających im funkcji w społeczeństwie, przy zadaniach informacyjnych wskazał najważniejsze funkcje. W tę grupę wpisują się: dostarczanie wiadomości o wydarzeniach i sytuacji w kraju oraz na świecie; przedstawianie relacji związanych z piastowaniem władzy; ułatwianie rozwoju, przystosowania się i postępu⁶.

Informowanie w ujęciu najszerszym możemy rozumieć jako każdy przepływ danych między nadawcą a odbiorcą. Takie ujęcie zadania informacyjnego stanowi synonim komunikowania. Sens węższy będzie definiował informowanie jako proces zamierzony, bezpośredni, gdzie jedynym bądź głównym celem wypowiedzi jest

⁴ R. Leśniczak, *Polish political and religious leaders on the migrant crisis and terrorist attacks in 2015 – reality versus mediatized communication*, *Revista Română de Jurnalism și Comunicare* 1 (57) 2018, 5–19; A. Hess, *Społeczni uczestnicy medialnego dyskursu politycznego w Polsce: mediatyzacja i strategie komunikacyjne organizacji pozarządowych*, Kraków 2013, 84–98.

⁵ W. Pisarek, *Wstęp do nauki o komunikowaniu*, Warszawa 2008, 17–18.

⁶ M. Mrozowski, *Media masowe*, Warszawa 2001, 115.

przekaz odbiorcy określonych danych o rzeczywistości tak, aby je poznał. Wąsko rozumiane zadania mediów w tej grupie ostro przeciwstawia się innym funkcjom wypowiedzi – przede wszystkim stanowiącej (sprawczej) oraz nakłaniającej (perswazyjnej), kreatywnej czy fatycznej. W precyzyjnie informacyjnych wypowiedziach nadawca nie ma żadnych zamiarów wpływania na postawy i zachowania odbiorców⁷.

Krzysztof Kaszewski zaznacza, że praktyka komunikacyjna pokazuje jednak, że przekazy czysto informacyjne to zjawisko stosunkowo rzadkie. Stworzenie wypowiedzi mającej na celu wyłącznie przekazanie danych o świecie wymaga większej uwagi i wysiłku, gdyż trzeba oczyścić komunikat z wszystkich elementów przeszkadzających idei informowania, które pojawiają się często i spontanicznie. Wskazuje on, że model idealny (w sensie najwęższym) zawiera wymóg, aby przekazywane dane o rzeczywistości w pełni ją odzwierciedlały i nie zawierały żadnych śladów subiektywności (ocen, interpretacji itp.)⁸. Warto zwrócić jednak uwagę, że wielu medioznawców podważa zasadność dziennikarstwa pozbawionego jakiegokolwiek oceny faktów i zasadność tzw. modelu „dziennikarstwa obiektywnego”⁹ oraz postulat oddzielenia informacji od komentarza zawartej w Rezolucji 1003 Zgromadzenia Parlamentarnego Rady Europy z 1 lipca 1993 r. w sprawie etyki dziennikarskiej¹⁰.

Etymologicznie informacja może oznaczać „odciśnięcie w”. Jest jakimś odwzorowaniem czegoś, wierną kopią tego, czego dotyczy. W przypadku mediów masowych, przekazywanie informacji najczęściej dotyczy wydarzeń, faktów, osób, co ogólnie możemy określić terminem „wiadomości”. Przekazywanie informacji, czyli wiadomości, jest powinnością każdego medium publicznego, społecznego, obywatelskiego, komercyjnego. Zadanie to spoczywa na radiu, telewizji, internecie, prasie¹¹.

Jak zauważa Adam Lepa, media, realizując zadania informacyjne, dostarczają odbiorcy najnowszych wiadomości na temat tego, co dzieje się na świecie. Informują o polityce, również o tragicznych wydarzeniach (np. kataklizmach, wypadkach, konfliktach zbrojnych). Przekazują informacje dotyczące nowych odkryć, różnych problemów dotyczących ludzi. Oprócz wiadomości (czyli tzw. newsów), media zapewniają informację dotyczącą kultury i nauki. Dzięki temu istnieje możliwość dowiedzenia się o osiągnięciach w zakresie danej dziedziny¹².

⁷ K. Kaszewski, *Media o sobie*, Warszawa 2018, 18–19.

⁸ Tamże, 19.

⁹ N. González Gaitano, *Obiettiva, imparziale, neutrale e veritiera. L'informazione giornalistica tra modello e realtà*, *Problemi dell'informazione* 29.3 (2004), 405–413; R. Leśniczak, *Dziennikarz i informacja – integralny model formacji dziennikarskiej*, *Łódzkie Studia Teologiczne* 20 (2011), 185.

¹⁰ R. Leśniczak, *The Professional formation of journalists in Europe. Analysis of journalists' obligations according to the regulations stated in the editorial guidelines of press agencies and journals, and in the ethical codes of UNESCO and the European Union*, *Acta Universitatis Lodziensis. Folia Literaria Polonica* 28.2 (2015), 83–84.

¹¹ L. Dyczewski, *Kryteria rzetelnej informacji*, w: *Jaka informacja?*, red. L. Dyczewski, Lublin–Warszawa 2009, 27.

¹² A. Lepa, *Media w świecie słowa*, Częstochowa 2011, 15.

Media realizują potrzebę oraz prawo człowieka do informowania i bycia informowanym. Według Lepy, odbiorca środków komunikowania masowego oczekuje od nich przede wszystkim informacji najnowszej i prawdziwej. Z kolei, oczekiwania dotyczące rozrywki, kształcenia (dydaktyki), kultury znajdują się na dalszym miejscu. Opisywane kwestie związane z informowaniem nabierają szczególnego znaczenia w społeczeństwie poinformowanym (społeczeństwie informacji)¹³. „Ma to być społeczeństwo, w którym człowiek będzie miał zagwarantowany dostęp do każdej informacji, niezbędnej w jego aktywności zawodowej, społecznej i politycznej oraz w realizowaniu własnych potrzeb i zainteresowań”¹⁴.

„Informowanie, czyli przekazywanie wiadomości, jest jednym z podstawowych zadań każdego medium”¹⁵. Zygmunt Bauer zwraca uwagę, że przekazywanie wiadomości, powiadamianie towarzyszy każdemu komunikowaniu się za pomocą jakiegoś języka. Ten proces obejmuje nie tylko fakty i zdarzenia, ale również przekazywanie wiadomości o naszych stanach psychicznych, emocjach, sposobach patrzenia na rzeczywistość¹⁶.

Podsumowaniem zadań informacyjnych mediów może być stwierdzenie, iż informowanie stanowi podstawę bądź punkt wyjścia do realizacji większości z przypisywanych mediom masowym funkcji. Od samego przedmiotu informowania zależą jego określone społeczne konsekwencje. Jeżeli jest nim wiedza dotycząca określonych faktów oraz zdarzeń, bieżących bądź historycznych, służy ono zazwyczaj szeroko rozumianemu edukowaniu odbiorców. Edukacja związana jest zazwyczaj z poszerzeniem horyzontów, które to z kolei są często odpowiedzialne za stworzenie sprzyjających warunków ewentualnego przyszłego rozwoju danej jednostki, a także całego społeczeństwa. Informacja dotycząca występujących w otoczeniu człowieka prawidłowości, czy też zachodzących między konkretnymi jego elementami relacji wpływać może również pobudzeniu różnorodnych motywacji i aspiracji. Te ostatnie są często uznawane za fundamentalne kryterium zaistnienia różnych form rozwoju bądź też – bardziej ogólnie – wszelkiego rodzaju aktywności¹⁷.

Warto dodać, iż każdy człowiek ma prawo do poszukiwania i otrzymywania informacji. Z tego też wynika dążenie do prawdy. „Prawo do informacji jest prawem niezbędnym i koniecznym. Poszczególne osoby i całe społeczności mają prawo do informacji, dlatego media mają obowiązek informowania o tym, co ludzie chcą wiedzieć i co wiedzieć powinni”¹⁸. Każdy człowiek ma prawo do prawdy oraz prawo do informacji. Prawa te należą do wartości ogólnoludzkich. Jest to niezbędne do tego, aby człowiek mógł żyć i rozwijać się właściwie¹⁹.

¹³ A. Lepa, *Pedagogika mass mediów*, Łódź 2000, 46–47.

¹⁴ Tamże, 46–47.

¹⁵ Z. Bauer, *Gatunki dziennikarskie*, w: *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Kraków 1996, 114.

¹⁶ Tamże, 114–115.

¹⁷ A. Kozłowska, *Oddziaływanie mass mediów*, Warszawa 2006, 78–79.

¹⁸ S. Mordarski, *Media w działaniu. Funkcjonowanie środków społecznego przekazu w świetle nauczania Kościoła*, Sandomierz–Kraków 2007, 283–284.

¹⁹ Tamże, 283–286.

3. ZADANIA INFORMACYJNE MEDIÓW W UJĘCIU PAPIEŻA FRANCISZKA

W treści orędzi Franciszka dostrzegalna jest refleksja papieska odnosząca się do zadań informacyjnych mediów oraz szereg postulatów dotyczących sposobu realizacji zadań interpretacyjnych mediów we współczesnym kontekście społeczno-kulturowym.

Zadania informacyjne zawarte w Orędziu na 51. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu, dotyczą możliwości natychmiastowego dzielenia się informacjami i rozpowszechniania ich na szeroką skalę. Jest to możliwe dzięki dostępowi do środków przekazu poprzez rewolucję technologiczną. Jednak to od tych, którzy przekazują informację zależy, jaka będzie treść komunikatów. Papież, używając języka obrazowego²⁰, zaznacza, że to od właścicieli i nadawców zależy, co dociera do współczesnego odbiorcy mediów. Człowiek ciągle przetwarza komunikaty docierające do niego. Jednakże akcent jest położony na materiał, który jest mu dostarczany²¹.

W swym pierwszym orędziu na Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu papież Bergoglio zwrócił uwagę na kulturę spotkania. Media mogą pomóc człowiekowi, poczuć się bliżej drugiego, dostrzec jedność rodziny ludzkiej. Dobra komunikacja pomaga ludziom być bliżej siebie, dąży do lepszego zrozumienia oraz bycia zjednoczonym²². „Komunikacja może budować mosty, sprzyjać spotkaniu i integracji, ubogacając w ten sposób społeczeństwo”²³. Wskazany został niesamowity rozwój mediów, co najwyraźniej widać na przykładzie internetu. Dzięki temu można zaferować większe możliwości spotkania i solidarności między wszystkimi. Papież określił, iż jest to rzecz dobra, Boży dar²⁴.

Kultura spotkania następuje dzięki komunikacji konstruktywnej, która odrzuca uprzedzenia wobec drugiego człowieka. Tak wykorzystywane media mogą uczyć człowieka postrzegania rzeczywistości ze świadomą ufnością. Należy przerwać błędne koło niepokoju oraz spiralę lęku. Są one wynikiem nawyku koncertowania się na „złych wiadomościach”. Nie chodzi tutaj o dezinformację, czyli sytuację pomijania dramatu cierpienia bądź uleganie naiwnemu optymizmowi²⁵. Papież Franciszek

²⁰ „Już nasi starożytni ojcowie w wierze mówili o ludzkim umyśle jako o kamieniu młyńskim, który jest poruszany przez wodę i nie można go zatrzymać. Jednak ten, kto odpowiada za młyn, może zdecydować czy mleć w nim pszenicę, czy też kąkol”. Franciszek, *Orędzie na 51. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu 2017 r. „Przekazujemy nadzieję i ufność w naszych czasach”*, nr 1 (brak numeracji w dokumencie, autor wprowadził numerację według akapitów).

²¹ Por. tamże.

²² Por. Franciszek, *Orędzie na 48. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu 2014 r. „Przekaz w służbie kultury spotkania”*, nr 2 (brak numeracji w dokumencie, autor wprowadził numerację według akapitów).

²³ Franciszek, *Orędzie na 50. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu 2016 r. „Komunikacja i miłosierdzie – owocne spotkanie”*, nr 3 (brak numeracji w dokumencie, autor wprowadził numerację według akapitów).

²⁴ Por. Franciszek, *Orędzie na 48. Światowy...*, art.cyt., nr 2.

²⁵ Por. Franciszek, *Orędzie na 51. Światowy...*, nr 2; O „Kulturze spotkania” zob. również: Franciszek, *Orędzie na 48. Światowy...*, art.cyt.

chciałby, „abyśmy wszyscy starali się przezwyciężyć to często nas ogarniające uczucie niezadowolenia i zrezygnowania, pogrążające w apatii, rodzące lęki lub wrażeń, że zła nie można postawić granic”²⁶. W orędziu zwrócono uwagę na system komunikacji, który kieruje się zasadą, iż dobra wiadomość nie pociągnie odbiorców, czyli nie jest newsem; przez co dramat cierpienia i pojawiające się zło zamieniane są w widowisko. Prowadzić to może do znieczulenia sumienia bądź pogrążenia się w rozpacz. Dlatego papież apeluje do przedstawiania wersji faktów, które będą naznaczone logiką „dobrej nowiny”²⁷.

Dla ludzi wierzących rzeczywistość winna być odczytywana w mocy Jezusa Chrystusa. Sam Zbawiciel jest dobrą nowiną. W Chrystusie Bóg stał się bliski każdemu człowiekowi. Przez Misterium Śmierci i Zmartwychwstania, nastąpiło zjednoczenie ludzkich dramatów. Dzięki nadziei, którą dał Jezus, życie człowieka, ze wszystkimi trudnościami, nabiera innego sensu. „W tym świetle każdy nowy dramat zachodzący w dziejach staje się również scenariem możliwej dobrej nowiny, ponieważ miłość potrafi znaleźć drogę bliskości i serca zdolne się wzruszać, oblicza zdolne nie ulegać zniechęceniu, ręce gotowe do budowania”²⁸. Sposób komunikowania powinien kształtować ufność w moc wiary oraz logikę paschalną. Dzięki temu możliwe jest działanie, w wielu formach komunikacji, z przekonaniem, że można dostrzeć i ukazać dobrą nowinę, która jest obecna w danej historii i życiu człowieka. Przez Ewangelię, która jest zasiana w ludzkich sercach, możliwe jest głoszenie Dobrej Nowiny ciągle na nowo. Żywe „kanały” to człowiek tworzący komunikaty w dzisiejszym systemie medialnym²⁹.

Właściwie rozumiana komunikacja, ma być postrzegana jako zdobycz bardziej ludzka niż technologiczna: „To nie technologia decyduje o tym, czy komunikacja jest autentyczna, czy też nie, ale serce człowieka i jego umiejętność dobrego korzystania ze środków, jakimi dysponuje”³⁰. W procesie komunikacji papież Franciszek wskazał na potrzebę odzyskania poczucia refleksji i spokoju, co wiąże się z postawą zamilknięcia i słuchania. Proces komunikacji wymaga akceptacji drugiego, przez co dana osoba może w pełni wyrazić siebie. „Ten, kto przekazuje, staje się bowiem bliźnim”³¹ – wskazuje papież. W opisywanym postępowaniu „nie chodzi o to, bym uznał, że drugi człowiek jest do mnie podobny, ale o to, żebym ja potrafił stać się podobny do niego. Przekazywać, znaczy zatem uzmysławiać sobie, że jesteśmy istotami ludzkimi, dziećmi Boga”³². Bliskość jest istotnym czynnikiem komunikacji³³.

Rozwój komunikacji wraz z jej narzędziami i miejscami, do których dociera, powoduje poszerzenie horyzontów wielu osób. „Jest to dar od Boga, a także wielka

²⁶ Franciszek, *Orędzie na 51. Światowy...*, art.cyt., nr 3.

²⁷ Por. tamże, nr 4.

²⁸ Tamże, nr 7.

²⁹ Por. tamże, nr 11–12.

³⁰ Franciszek, *Orędzie na 50. Światowy...*, art.cyt., nr 10.

³¹ Franciszek, *Orędzie na 48. Światowy...*, art.cyt., nr 5.

³² Tamże.

³³ Por. tamże.

odpowiedzialność”³⁴. Ten aspekt komunikacji papież określa jako bliskość; używając nawet wskazania na moc³⁵.

Jako w pełni ludzkie formy komunikacji papież wymienia e-maile, sms-y, sieci społecznościowe, czaty. Media społecznościowe mogą ułatwiać relacje oraz propagować dobro: „Środowisko cyfrowe jest przestrzenią, miejscem spotkania, gdzie można wyrazić serdeczność albo zranić, przeprowadzić pożyteczną dyskusję lub dokonać linczu moralnego”³⁶. Sieć internetowa może być miejscem budowania prawdziwego społeczeństwa obywatelskiego. Dostęp do sieci cyfrowych zakłada odpowiedzialność za drugą osobę. Chociaż jej nie widzimy, jest to realny człowiek, mający swoją godność, który musi być respektowany. Sieć dobrze wykorzystywana, może przyczynić się do rozwoju zdrowego społeczeństwa³⁷.

Papież zwraca uwagę na element wysłuchiwanie, który odwołuje się do komunikacji i wymaga bliskości. Dzięki niemu można przyjąć właściwą postawę, opuszczając spokojną sytuację widza, użytkownika, konsumenta³⁸.

Gwałtowna agresja w komunikacji następuje w sytuacji, gdy jej dominującym celem jest nakłonienie do konsumpcji bądź manipulacja osobami. Połączeniu powinno towarzyszyć prawdziwe spotkanie. Człowiek w procesie przekazu potrzebuje kochania i bycia kochanym, czułości, wyjścia z zamknięcia w sobie. Przekaz będzie autentyczny, jeśli komunikator będzie zaangażowany³⁹.

W Orędziu na Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu w 2015 r. został podjęty temat rodziny⁴⁰. Rodzina jest środowiskiem, gdzie człowiek uczy się komunikować w bliskości. Jest podmiotem, który komunikuje („wspólnota porozumiewająca się”). Nowoczesne media okazują się dzisiaj niezbędne w codziennym życiu, szczególnie dla ludzi młodych. Mogą one jednak utrudniać proces komunikacji w rodzinie oraz pomiędzy rodzinami. Dzieje się tak w sytuacji, gdy stają się sposobem ucieczki od słuchania, izolacji od współobecności fizycznej; milczenie i oczekiwanie zostaje zanegowane. Środki komunikowania masowego pomagają rodzinie, jeśli zapewniają kontakt, sprzyjają przebaczeniu, czynią możliwe spotkanie na nowo. Ważne staje się nauczanie dzieci życia w środowisku komunikacji zgodnie z założeniami godności osoby ludzkiej oraz dobra wspólnego⁴¹.

„Wyrażanie radości ze spotkania jest w pewnym sensie archetypem i symbolem wszelkiego przekazu, którego uczymy się, zanim jeszcze przyjdziemy

³⁴ Franciszek, *Orędzie na 50. Światowy...*, art.cyt., nr 11.

³⁵ Por. tamże.

³⁶ Tamże, nr 10.

³⁷ Por. tamże.

³⁸ Por. tamże, nr 8.

³⁹ Por. Franciszek, *Orędzie na 48. Światowy...*, art.cyt., nr 6–7.

⁴⁰ *Przekaz o rodzinie jako uprzywilejowanym miejscu spotkania w bezinteresownej miłości*. Orędzie ukazało się w kontekście przeżywanego Nadzwyczajnego Synodu o Rodzinie (5–19.10.2014) oraz zapowiadanego Zwyczajnego Synodu o Rodzinie (4–25.10.2015).

⁴¹ Por. Franciszek, *Orędzie na 49. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu 2015 r.* „Przekaz o rodzinie jako uprzywilejowanym miejscu spotkania w bezinteresownej miłości”, nr 10, 12 (brak numeracji w dokumencie, autor wprowadził numerację według akapitów).

na świat⁴². Papież wskazuje, iż przekaz jest jak dialog. Pierwszym środowiskiem, gdzie człowiek uczy się komunikacji, jest rodzina. W niej uczymy się podstawowej formy komunikacji, jaką jest modlitwa. W rodzinie, wskazuje papież Franciszek, uczymy się religijnego wymiaru komunikowania, który w chrześcijaństwie jest przeniknięty miłością Boga, którą człowiek otrzymuje i może dawać innym. Poprzez rodzinę dziecko poznaje słowa, uczy się języka ojczystego, doświadcza więzi z poprzednimi pokoleniami. Możliwość dawania, dzięki temu, co otrzymaliśmy, jest pozytywnym sprzężeniem. Dzięki niemu rodzina potrafi przekazywać informacje i komunikować się. Papież zaznacza, iż to co następuje w rodzinie, jest to wzór wszelkiego przekazu⁴³.

Charakteryzując rodzinę, wskazany został aspekt, iż przebaczenie jest dynamiką komunikacji. Rodzina, która nie jest idealna, powinna nie bać się niedoskonałości, kruchości, a nawet sporów. Jej zadaniem jest stawianie im czoła w sposób konstruktywny. Właśnie w rodzinie, mimo ograniczeń i grzechów, istnieje wzajemna miłość. Przez to rodzina jest szkołą przebaczenia. Zaznaczony został aspekt komunikacji, „która szwankuje, która się przerywa, a którą, poprzez wyrażoną i przyjętą skruchę, można naprawić i rozwijać”⁴⁴ – zaznacza orędzie. Dziecko, które wzrasta w rodzinie, gdzie uczy się słuchać innych, w społeczeństwie będzie się komunikować poprzez dialog i pojednanie. Rodzina w całej różnorodności jest wzorem komunikowania, w mocy łamania schematów. Przekazywanie informacji winno niwelować różnice, przez miłość dążyć do otwarcia, dzielenie się z innymi. Komunikacja powinna integrować, dążyć do akceptacji innych, bez wyłączenia innych⁴⁵.

Istotnym celem misji Kościoła w aspekcie mediów w życiu człowieka, mogą być słowa, iż „rewolucja w dziedzinie środków przekazu i informacji jest wielkim i ekscytującym wyzwaniem, które wymaga świeżej energii i nowej wyobraźni, by przekazywać innym piękno Boga”⁴⁶. Papież zwrócił uwagę na potrzebę otwartości Kościołów również w środowisku digitalnym. Celem tego jest umożliwienie dostępu osobom niezależnie od tego, w jakiej sytuacji się znajdują. Dzięki temu możliwe jest również, aby Ewangelia mogła „przekroczyć próg świątyni i wychodzić wszystkim naprzeciw”⁴⁷. Komunikacja pomaga nadać kształt realizacji powołania misyjnego Kościoła. Sieci społecznościowe są w dzisiejszych czasach jednym z miejsc, w których na nowo trzeba odkryć piękno wiary, spotkania z Chrystusem. Natomiast świadectwo chrześcijańskie ma być wyrazem chęci dania samego siebie innym, a nie bombardowaniem wiadomościami religijnymi. Kościół w świecie komunikacji musi być obecny i czujny, aby rozmawiać ze współczesnym człowiekiem. Wspólnota Kościoła, która towarzyszy w drodze, potrafi wyruszyć z każdym, a ostatecznym celem jest spotkanie z Chrystusem⁴⁸.

⁴² Tamże, nr 3.

⁴³ Por. Franciszek, *Orędzie na 49. Światowy...*, art.cyt., nr 4–5.

⁴⁴ Tamże, nr 7.

⁴⁵ Por. tamże, nr 7–8.

⁴⁶ Franciszek, *Orędzie na 48. Światowy...*, art.cyt., nr 10.

⁴⁷ Tamże, nr 8.

⁴⁸ Por. tamże, 8–10.

W orędziu, które ukazało się w czasie Roku Świętego Miłosierdzia⁴⁹, papież zwrócił uwagę na spotkanie między komunikacją a miłosierdziem: „W świecie podzielonym, rozdrobnionym, spolaryzowanym miłosierne komunikowanie się oznacza przyczynianie się do dobrej, wolnej i solidarnej bliskości między dziećmi Bożymi i braćmi w człowieczeństwie”⁵⁰. Będzie ono owocne na tyle, na ile rodzi bliskość, która jest troską, daje pocieszenie, uzdrowienie⁵¹.

Papież Franciszek analizuje kondycję współczesnych przemian zachodzących w świecie mediów oraz samego procesu komunikacji społecznej. Proces ten ukazany jest dwójako – jako Boży dar oraz odpowiedzialność. W orędziach na Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu zwrócono uwagę na dynamiczny rozwój oraz nowe formy komunikacji, czyli sieci społecznościowe, które odgrywają znaczącą rolę w środowisku cyfrowym. W tekstach orędzi zaznaczono problemy i zjawiska związane z komunikacją społeczną. Na takim tle wskazane zostały postulaty wprowadzenia konstruktywnej komunikacji. „Celem zatem nie jest sama komunikacja, [...] ale prawdziwa komunikacja interpersonalna, dzięki której człowiek spotyka drugiego człowieka jako bliskiego sobie, bo takiego samego w naturze”⁵². W procesie komunikowania chodzi bowiem nie tylko o przekaz faktów, ale o coś znacznie więcej: o przekaz samego siebie drugiemu człowiekowi. Spotkanie z człowiekiem nie może zostać podporządkowane technologii, ale rzeczywistemu doświadczeniu bliskości z osobą⁵³.

Ważnym postulatem papieża jest formowanie świadomego użytkownika nowych mediów. Ma być on świadom technologicznego wymiaru nowych mediów oraz wyższego ich stopnia – teologicznego i ludzkiego. Media są narzędziem komunikacji i jej winny służyć. Papież zaleca jednocześnie edukację medialną rodzin i w rodzinach⁵⁴.

Komunikacja społeczna, według papieża Franciszka, jest osiągnięciem bardziej ludzkim niż technologicznym. W takim aspekcie znaczącą rolę odgrywa samo człowieczeństwo uczestników procesu. Zwrócona jest uwaga na rolę wysłuchania jako elementu poprawnej komunikacji. Przybiera ona formę zrozumienia sytuacji drugiej osoby, a nie tylko przyjęcia komunikatu o danej sytuacji. Chodzi o postawę dostrzeżenia i uszanowania drugiego człowieka. Papież poprzez orędzia prezentował zagrożenia komunikacji społecznej. Wskazywał na m.in. komercjalizację procesu przekazu wiadomości, wypaczenie wartości czy celu informowania. Jednocześnie ukazywał perspektywę konstruktywnej komunikacji. Ma ona być oparta na autentycznej kulturze spotkania, gdzie logika dobrej nowiny przenika postrzeganie procesów komunikacyjnych oraz wpływa na postawę bliskości i czułości człowieka

⁴⁹ Nadzwyczajny Jubileusz Miłosierdzia trwał od 8 XII 2015 do 20 XI 2016 r.

⁵⁰ Franciszek, *Orędzie na 50. Światowy...*, art.cyt., nr 11.

⁵¹ Por. tamże.

⁵² J. Kotkowski, *Rzeczywistość komunikacji społecznej w orędziach papieża Franciszka na Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu*, w: *Гуманитарний корпус*, red. В.І. Бондар et al., Вінниця 2017, 64.

⁵³ Por. tamże, 62–64.

⁵⁴ Por. T. Goban-Klas, *Franciszek w erze komunikacji mediów naszych czasów*, w: *Sztuka komunikacji według Franciszka*, red. M. Laskowska, K. Marcyński, Warszawa 2016, 24–25.

do bliźniego. „Komunikacji nie można zanegować, ale można ją twórczo wykorzystywać w działalności pastoralnej Kościoła jako narzędzia dialogu ze światem”⁵⁵. Kościół ma być obecny w sferze mediów, aby rozmawiać ze współczesnym człowiekiem. Celem takiej komunikacji jest doprowadzenie do osobistego spotkania z Jezusem Chrystusem. Konstruktyną komunikacja może pomóc wytworzyć odpowiednią przestrzeń, w której uda się znaleźć satysfakcjonujące rozwiązania dotąd nierozwiązywalnych problemów⁵⁶.

4. WERYFIKACJA HIPOTEZ BADAWCZYCH – WNIOSKI I ICH INTERPRETACJA

Zadania informacyjne środków komunikowania masowego są przedstawione w kontekście współczesnej kultury popularnej. Zjawisko globalizacji, którego symptomem jest zalew informacji, „szum medialny”, tabloidyżacja mediów, a przez to brak pogłębionej analizy; to dominująca kultura, w której żyją społeczeństwa. Papież dostrzega to, niejako wychodząc naprzeciw odbiorcom i światu, w którym funkcjonują⁵⁷.

Orędzia na Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu i *media tasks* w nich zawarte wpisują się w aktualne wydarzenia. Tematyka dokumentów nawiązuje do chrześcijańskich jubileuszy bądź zagadnień o znaczeniu powszechnym. Postęp technologiczny jest okazją do zawarcia takiej tematyki w orędziach⁵⁸.

Papież Franciszek opisuje świat mediów jako element szeroko rozumianej kultury współczesnej. Wraz z postępującą globalizacją następuje poszerzenie możliwości nawiązywania i utrzymywania kontaktów, komunikowania się, wymiany informacji. Mediów nie należy postrzegać jako technik i narzędzi porozumiewania się. Są one najlepszą formą przekazu informacji, tworzą tym samym kulturę masową.

W Katechizmie Kościoła Katolickiego czytamy: „We współczesnym społeczeństwie środki społecznego przekazu odgrywają wyjątkowo ważną rolę w informowaniu, rozwoju kultury i kształceniu. Rola ta wzrasta w związku z postępem technicznym, bogactwem i różnorodnością przekazywanych wiadomości, wpływem wywieranym na opinię publiczną”⁵⁹. Zadania informacyjne środków komunikowania masowego przedstawione w orędziach nawiązują do nauczania całościowego Kościoła⁶⁰. Kościół świadom rozwoju mediów i ich oddziaływania na współczesnego człowieka, dostrzega konieczność wykorzystania ich w misji przekazu Ewangelii, propagowaniu kultury⁶¹.

⁵⁵ J. Kotkowski, art.cyt., 68.

⁵⁶ Por. tamże, 65–68.

⁵⁷ Por. Franciszek, *Posynodalna Adhortacja Apostolska o głoszeniu Ewangelii we współczesnym świecie „Evangeli gaudium”*, nr 68–70.

⁵⁸ J. Chyła, *Ewangelizacja cyfrowego kontynentu*, Kultura – Media – Teologia 6 (2015), nr 3 (22), 69.

⁵⁹ KKK 2493.

⁶⁰ O właściwym posługiwaniu się mediami można przeczytać w *Katechizmie Kościoła Katolickiego* (dalej: KKK) w punktach 2493–2499.

⁶¹ Tamże, 225.

Papież Franciszek umiejscawia zadania informacyjne w całościowym procesie komunikowania. Personalizm chrześcijański jest ważnym kierunkiem filozofii współczesnej w analizie postulatów. „Tym, co wspólne we wszystkich dokumentach papieskich opracowanych na kolejne Światowe Dni Środków Społecznego Przekazu w tej dekadzie jest podkreślanie samej ludzkiej osoby jako najważniejszej w każdego rodzaju komunikacji – tej zwykłej, codziennej w świecie rzeczywistym, i tej, która dokonuje się za pomocą środków społecznego przekazu”⁶².

W zadaniach, które przedstawiają orędzia na Światowy Dzień Środków Przekazu, ważne jest zaznaczenie, iż właśnie ze względu na ludzką godność wszystkich uczestników komunikacji społecznej trzeba dbać o właściwe wykorzystywanie mediów. Służyć powinny one przez to budowie więzi między jednostkami, społecznościami i kulturami. Wartość informacji ukazywana jest w kontekście odbiorcy. Dzięki temu komunikacja staje się bardziej złożona i głębsza. Człowiek jako twórca i odbiorca przekazów oraz uczestnik wszystkich rodzajów komunikacji społecznej jest ukazany jako najistotniejszy aspekt we wszelkiej komunikacji⁶³.

Obecny papież dużą część zadań informacyjnych mediów umiejscawia w kontekście nowych mediów. Franciszek widzi, iż żyjemy na etapie szybkiego rozwoju mediów cyfrowych oraz technologii informacyjno-komunikacyjnych. Obecna kultura uległa całkowitej przemianie. Dostrzegalny jest coraz większy wpływ na ludzkie życie środków społecznego przekazu. Kościół wskazuje wielkie dobrodziejstwa, które niesie rozwój nowych mediów, szczególnie związanych ze sferą internetu.

Papież Franciszek w sieciach społecznościowych upatruje możliwości dotarcia z orędziem chrześcijańskim aż po krańce ziemi. Jest to kolejny element w zadaniach informacyjnych. Zauważa, iż głoszenie Ewangelii zobowiązuje do rzeczywistych, szczerych relacji ludzkich. Celem tego winno być doprowadzenie do autentycznego spotkania z Bogiem. Papież Bergoglio podaje wytyczne, którymi winni kierować się katolicy w ewangelizacji za pomocą mediów. Są nimi: „obecność; zachowanie stylu ewangelicznego, w tym, co dla młodych stało się środowiskiem życiowym; rozbudzanie pytań o sens istnienia oraz wskazywanie drogi prowadzącej do Tego, który jest odpowiedzią na wszystkie pytania – Jezusa Chrystusa”⁶⁴. Szeroko pojęte media masowe, w tym szczególnie Internet, postrzegane są jako narzędzia złożonej działalności, zatem same w sobie nie mogą być oceniane moralnie jako dobre lub złe. Ocenie moralnej podlega natomiast metoda wykorzystania ich przez człowieka. Papież Franciszek kładzie nacisk na konieczność służenia prawdziwym wartościom. Zjawisko usuwania ich z etycznego kanonu medialnego przyczynia się do manipulacji społeczeństwem i zaprzeczenia podstawowej funkcji, jaką jest dostarczanie prawdziwych informacji⁶⁵.

⁶² P. Bojko, *Media i komunikacja w orędziach papieskich na Światowe Dni Środków Społecznego Przekazu (2011–2016)*, Nauczyciel i Szkoła 2017, nr 64, 62.

⁶³ Por. tamże, 51, 56, 61–62.

⁶⁴ M. Pisarek, *Możliwości i ograniczenia ewangelizacyjnego wykorzystania mass mediów w świetle nauczania papieża Franciszka*, <https://depot.ceon.pl/bitstream/handle/123456789/4349/Mo%C5%BCliwo%C5%9Bci%20i%20ograniczenia%20ewangelizacyjnego%20wykorzystania%20mass%20medi-%C3%B3w-1.pdf?sequence=3> (dostęp: 02.05.2018), 7 (numeracja wprowadzona przez autora).

⁶⁵ Por. tamże, 5–10.

W dokonanej analizie dostrzegalne jest, iż papież, pisząc o zadaniach mediów, nie czyni tego z pozycji eksperta medioznawstwa bądź socjologii. Prezentacja dokonywana jest w kluczu teologii. W wypowiedziach nie ma odniesień do stanowisk znanych medioznawców. Prezentowane zadania rozpatruje biskup Rzymu w kontekście aktualnych zjawisk społecznych, związanych z mediami. Jednakże nie podaje on wyników badań socjologicznych bądź nie czyni odniesień do publikacji naukowych z zakresu socjologii czy nauk o mediach i komunikowaniu.

Treść orędzi na Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu, odpowiada podstawowym założeniom katolickiej nauki społecznej: „W promowaniu autentycznej kultury wierni świeccy powinni przykładać wielką wagę do środków masowego przekazu, a przy korzystaniu z nich uwzględniać przede wszystkim treści docierające do ludzi w wyniku ich niezliczonych wyborów: wybory te, chociaż różnią się w przypadku poszczególnych osób czy grup, wszystkie mają moralny ciężar i pod tym kątem powinny być oceniane. Do dokonania właściwego wyboru konieczna jest znajomość zasad porządku moralnego i wierne wcielanie ich w życie”⁶⁶. Media mogą być narzędziem solidarności, która jest wynikiem prawdziwej informacji oraz wymiany myśli. Poznanie drugiego człowieka oraz poszanowanie to kolejne elementy w komunikacji. Zadania te wpisują się w dorobek nauki społecznej Kościoła⁶⁷: „Służba osobie przez budowanie wspólnoty ludzkiej, opartej na solidarności, sprawiedliwości i miłości oraz na upowszechnianiu prawdy o ludzkim życiu i o jego końcowym spełnieniu w Bogu – to podstawowy wymóg etyczny dla środków społecznego przekazu”⁶⁸.

Papież Franciszek wskazuje w orędziach na media społecznościowe. Wciąż rośnie zainteresowanie takimi formami komunikacji: „Z dnia na dzień przybywa coraz więcej użytkowników, co w kontekście duszpasterstwa należy interpretować, iż w internecie jest coraz więcej człowieka. To wystarczający argument dla Kościoła, przemawiający za tym, by bardziej angażować się w ewangelizację za pośrednictwem *social media*”⁶⁹.

Nowe media mają duży wpływ na odbiorcę, dlatego Kościół chce wykorzystać tę właściwość dla dobra człowieka. Media społecznościowe mogą być przekątnikiem wartości. Sama obecność w serwisach społecznościowych nakłania do refleksji nad sobą, również nad relacjami z innymi, którzy tworzą społeczność internetową. Poprzez media społecznościowe Kościół towarzyszy człowiekowi. Jak zauważa Andrzej Adamski: „dzięki obecności kapłanów w blogosferze wierni mają szansę na poznanie swych pasterzy od nieco innej, bardziej ludzkiej strony, zaś duchowni dzięki komentarzom i mailom mają możliwość lepiej poznać sposób myślenia i życiowe problemy swoich wiernych. W ten sposób przestrzeń wirtualna stanie się przestrzenią spotkania. Będąc zaś miejscem spotkania, będzie mogła stać się miejscem preewangelizacji, a to z kolei może doprowadzić do odnalezienia się

⁶⁶ *Kompendium nauki społecznej Kościoła*, nr 560.

⁶⁷ Tamże, nr 560–562.

⁶⁸ Tamże, nr 562.

⁶⁹ M. Laskowska, *Nowe media w duszpasterstwie*, w: *Media w duszpasterstwie*, red. M. Przybysz, T. Wielebski, Warszawa 2014, 211.

w żywej i prawdziwej wspólnoty Kościoła”⁷⁰. Jednakże do tego zadania wezwani są wszyscy członkowie wspólnoty kościelnej⁷¹.

Kościół poprzez media społecznościowe ma okazję wprowadzać ład informacyjny oraz poznawczy. Prawdziwa informacja oraz wiedza stanowią fundament ładu etycznego oraz aksjologicznego. Wykorzystanie nowych mediów przez Kościół zwiększa świadomość prawd chrześcijaństwa. Wielu użytkowników internetu szuka odpowiedzi na trudne pytania właśnie w sieci internetowej. Otwartość Kościoła oraz zaangażowanie chrześcijan mogą pomóc przede wszystkim ludziom poszukującym, którzy oczekują w chwilach trudnych pomocy ze strony Kościoła⁷².

Papież Franciszek zwraca uwagę na nowe media, gdyż jesteśmy obecnie świadkami rekonfiguracji procesu komunikacji społecznej. Na takie przemiany wpływa szereg zjawisk, do których należy zaliczyć digitalizację, szeroko rozumianą konwergencję mediów, wzrost znaczenia informacji, dynamiczny rozwój internetu oraz wzrost znaczenia sieci społecznościowych. „Media stają się intersferą, czyli rzeczywistością, przenikającą wszystkie dziedziny ludzkiego życia”⁷³. Internet ze swą interaktywnością, pospolitością, multimedialnością bez wątpienia dokonuje podstawowej zmiany w życiu człowieka oraz działaniu świata. Nowe media dostarczyły nową jakość komunikacji, przekazywania informacji. Nie chodzi tu tylko o aspekt technologiczny, ale również o następstwa społeczne i kulturowe. Jesteśmy świadkami przeobrażenia „nowych mediów” w „nowe nowe media”. Internet jako narzędzie komunikacji o niespotykanych dotąd możliwościach, sprawia, że media społecznościowe są łatwo dostępne. Umożliwia to dzielenie się na bieżąco z gronem osób, bądź nawet z całym światem informacjami, myślami, zdarzeniami, w których bierzemy udział⁷⁴.

Nauczanie papieża Bergoglio odzwierciedla również pozytywną postawę Kościoła wobec mediów. Ważnym punktem w pontyfikacie papieża Franciszka odnośnie do środków komunikowania masowego było ustanowienie 27 czerwca 2015 r. Sekretariatu ds. Komunikacji⁷⁵. Papież Franciszek zwraca uwagę na „kulturę spotkania”. Właśnie Internet stwarza duże możliwości solidarności międzyludzkiej, i jest to dobra rzecz, „Boży dar”. Obecny biskup Rzymu ten aspekt nauczania potwierdza przez konkretny styl i gesty. Obrazują one relację Kościoła z mediami. Jako przykłady wymienia się spotkania z dziennikarzami, wizyty apostolskie wraz z konferencjami prasowymi oraz przemówienia skierowane do różnych instytucji i stowarzyszeń medialnych⁷⁶.

⁷⁰ A. Adamski, *Ksiądz w blogosferze*, Kultura – Media – Teologia 1 (2010), nr 2, 108.

⁷¹ M. Laskowska, art.cyt., 211–214, 223–224.

⁷² Tamże, 225.

⁷³ A. Adamski, *Media w analogowym i cyfrowym świecie*, Warszawa 2012, 346.

⁷⁴ Tamże, 346–349.

⁷⁵ Zadaniem tej jednostki jest koordynowanie działalności komunikacyjnych wszystkich watykańskich mediów: Papieskiej Rady ds. Środków Społecznego Przekazu, Biura Prasowego Stolicy Apostolskiej, Watykańskiego Serwisu Internetowego, Radia Watykańskiego, Watykańskiego Ośrodka Telewizyjnego, L'Osservatore Romano, Drukarni Watykańskiej, Serwisu Fotograficznego, Libreria Editrice Vaticana. Por. K. Marcyński, *Komunikacja religijna i media*, Kraków 2016, 109.

⁷⁶ K. Marcyński, dz.cyt., 108–110.

Zadania przedstawione w Orędziach na Światowe Dni Środków Społecznego Przekazu wpisują się w przesłanie doktryny Kościoła katolickiego na temat mediów. Fundamentem tej nauki jest „głoszenie priorytetu wymiaru etycznego jako podstawowego kryterium oceny wszelkich przekazów medialnych. Elementami sprzyjającymi tworzeniu jedności, a więc integrującymi ludzkość, są więc prawda, dobro, piękno, a także wolność podporządkowana odpowiedzialności i autentycznej trosce o wszechstronny rozwój odbiorców”⁷⁷. Wśród szczegółowych przesłań wymienia się również intencję służby dobru wspólnemu, tworzenia wspólnoty ogólnoludzkiej, a dzięki temu dążenia do rozwoju i postępu⁷⁸.

Jak zauważa Robert Nęcek, papież Franciszek ma świadomość, iż media są elementem składowym ludzkiego życia oraz mają wymiar kulturowy, ułatwiają bowiem kontakt między ludźmi oraz skracają dzielący ich dystans. To dzięki środkom komunikowania masowego odbiorcy weryfikują swoją wiedzę o świecie i życiu. Świat mediów jest wezwany do troski o uczestników przekazu informacji. Wezwaniem jest postulat dążenia do prawdy, bez niej bowiem nie ma komunikacji⁷⁹.

5. PODSUMOWANIE

Papież Franciszek, poprzez orędzia na Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu, wypowiada się na temat zadań informacyjnych. Czyni to, umieszczając to w szerokim aspekcie komunikowania.

W artykule dokonano prezentacji zadań informacyjnych środków komunikowania masowego. Zostały one zawarte w orędziach na Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu w latach 2014–2017. Analiza dotyczyła nauczania Franciszka. Prezentowane zadania informacyjne mediów zostały porównane z prezentowanymi *media tasks* w polskiej literaturze medioznawczej.

Prezentowany materiał stanowi próbę odpowiedzi na postawione pytania badawcze. Przedstawiona analiza materiału pozwoliła na dokonanie weryfikacji hipotezy badawczej. Wykazano, iż papież w swym nauczaniu, poprzez doroczne orędzia podejmuje temat zadań informacyjnych mediów. Publikacja ukazuje, w jaki sposób na temat zadań informacyjnych środków społecznego komunikowania wypowiada się Kościół, za pośrednictwem orędzi papieskich na Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. Zaprezentowane w pracy *media tasks* stanowią element dorobku nauki o komunikowaniu oraz nauczania Kościoła.

Żyjemy w epoce ciągłego rozwoju mediów, a przez to przepływ informacji jest jeszcze bardziej wzmożony. Świat środków społecznego komunikowania wpływa na szereg zmian związanych z człowiekiem. Przez to temat mediów i fundamentalnych zadań informacyjnych wpływa na aktualność nauczania Kościoła w kate-

⁷⁷ G. Łęcicki, *Integracyjna oraz dezintegrująca funkcja mediów w społeczeństwie informacyjnym*, Kultura – Media – Teologia 2 (2011), nr 4, 47.

⁷⁸ Tamże, 47–48.

⁷⁹ R. Nęcek, *Edukacja medialna w nauczaniu społecznym papieża Franciszka*, Kraków 2016, 43, 53–56.

gorii nauk o mediach czy teologii środków społecznego przekazu. Konkluzje, które płyną z analizy pytań badawczych mogą stanowić również odpowiedź na obecne zjawiska epoki medialnej.

BIBLIOGRAFIA

Źródła

- Franciszek, *Orędzie na 48. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu 2014 r.* „Przekaz w służbie kultury spotkania”, L'Osservatore Romano (wydanie polskie) 35 (2014), nr 2 (360), 6–8.
- Franciszek, *Orędzie na 49. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu 2015 r.* „Przekaz o rodzinie jako uprzywilejowanym miejscu spotkania w bezinteresownej miłości”, L'Osservatore Romano (wydanie polskie) 36 (2015), nr 3–4 (370–371), 15–17.
- Franciszek, *Orędzie na 50. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu 2016 r.* „Komunikacja i miłosierdzie – owocne spotkanie”, L'Osservatore Romano (wydanie polskie) 37 (2016), nr 2 (380), 8–10.
- Orędzie na 51. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu 2017 r.* „Przekazujemy nadzieję i ufność w naszych czasach”, L'Osservatore Romano (wydanie polskie) 38 (2017), nr 2 (390), 7–8.
- Franciszek, *Posynodalna Adhortacja Apostolska o głoszeniu Ewangelii we współczesnym świecie „Evangelii Gaudium”*, Watykan 2013.
- Katechizm Kościoła Katolickiego*, Poznań: Pallottinum 2002.
- Kompendium Nauki Społecznej Kościoła*, Kielce: Jedność 2005.

Literatura przedmiotowa

- Adamski A., *Książd w blogosferze*, Kultura – Media – Teologia 1 (2010), nr 2, 99–111.
- Adamski A., *Media w analogowym i cyfrowym świecie*, Warszawa: Dom Wydawniczy Elipsa 2012.
- Bauer Z., *Gatunki dziennikarskie*, w: *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Kraków: Oficyna Cracovia 1996, 107–132.
- Bojko P., *Media i komunikacja w orędziach papieskich na Światowe Dni Środków Społecznego Przekazu (2011–2016)*, Nauczyciel i Szkoła 2017, nr 64, 51–64.
- Chyła J., *Ewangelizacja cyfrowego kontynentu*, Kultura – Media – Teologia 6 (2015), nr 3 (22), 67–79.
- Dyczewski L., *Kryteria rzetelnej informacji*, w: *Jaka informacja?*, red. L. Dyczewski, Lublin–Warszawa: Wydawnictwo Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego 2009, 25–32.
- Goban-Klas T., *Franciszek w erze komunikacji mediów naszych czasów*, w: *Sztuka komunikacji według Franciszka*, red. M. Laskowska, K. Marcyński, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN 2016, 15–32.
- González Gaitano N., *Obiettiva, imparziale, neutrale e veritiera. L'informazione giornalistica tra modello e realtà*, Problemi dell'informazione 29.3 (2004), 405–413.
- Hess A., *Społeczni uczestnicy medialnego dyskursu politycznego w Polsce: mediatyzacja i strategie komunikacyjne organizacji pozarządowych*, Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego 2013.
- Kaszewski K., *Media o sobie*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Semper 2018.
- Kotkowski J., *Rzeczywistość komunikacji społecznej w orędziach papieża Franciszka na Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu*, w: Гуманитарний корпус, red. Бондар В. І. i in., Вінниця: Нілан-ЛТД 2017, 61–69.
- Kozłowska A., *Oddziaływanie mass mediów*, Warszawa: Szkoła Główna Handlowa w Warszawie 2006.
- Laskowska M., *Nowe media w duszpasterstwie*, w: *Media w duszpasterstwie*, red. M. Przybysz, T. Wielebski, Warszawa: Wydawnictwo Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego 2014, 199–230.
- Lepa A., *Pedagogika mass mediów*, Łódź: Archidiecezjalne Wydawnictwo Łódzkie 2000.

- Lepa A., *Media w świecie słowa*, Częstochowa: Edycja Świętego Pawła 2011.
- Leśniczak R., *Dziennikarz i informacja – integralny model formacji dziennikarskiej*, *Łódzkie Studia Teologiczne* 20 (2011), 181–205.
- Leśniczak R., *Polish political and religious leaders on the migrant crisis and terrorist attacks in 2015 reality versus mediatized communication*, *Revista Română de Jurnalism și Comunicare* 1 (57) 2018, 5–19.
- Leśniczak R., *The Professional formation of journalists in Europe. Analysis of journalists' obligations according to the regulations stated in the editorial guidelines of press agencies and journals, and in the ethical codes of UNESCO and the European Union*, *Acta Universitatis Lodzianis. Folia Litteraria Polonica* 28.2 (2015), 67–88.
- Łęcicki G., *Integracyjna oraz dezintegrująca funkcja mediów w społeczeństwie informacyjnym*, *Kultura – Media – Teologia* 2 (2011), nr 4, 45–54.
- Marcyński K., *Komunikacja religijna i media*, Kraków: Wydawnictwo Petrus 2016.
- Mordarski S., *Media w działaniu. Funkcjonowanie środków społecznego przekazu w świetle nauczania Kościoła*, Sandomierz–Kraków: Wydawnictwo Diecezjalne i Drukarnia w Sandomierzu 2007.
- Mrozowski M., *Media masowe*, Warszawa: Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR 2001.
- Nęcek R., *Edukacja medialna w nauczaniu społecznym papieża Franciszka*, Kraków: Wydawnictwo Salwator 2016.
- Pisarek M., *Możliwości i ograniczenia ewangelizacyjnego wykorzystania mass mediów w świetle nauczania papieża Franciszka*, <https://depot.ceon.pl/bitstream/handle/123456789/4349/Mo-%C5%BCliwo%C5%9Bci%20i%20ograniczenia%20ewangelizacyjnego%20wykorzystania%20mass%20medi%C3%B3w-1.pdf?sequence=3> (dostęp: 02.05.2018).
- Pisarek W., *Wstęp do nauki o komunikowaniu*, Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne 2008.

MEDIA INFORMATION TASKS AS UNDERSTOOD BY POPE FRANCIS CONTENT ANALYSIS OF THE POPE'S MESSAGES FOR THE WORLD DAY OF SOCIAL COMMUNICATION (2014–2017)

Summary

The article presents the analysis of Pope Francis' teaching regarding media information tasks. The research was carried out on the basis of the Pope's messages for the World Day of Social Communication in the years 2014-2017. The analysis was conducted in the context of media-related literature. Media information tasks are a response to contemporary social phenomena related to media development, particularly of social media. The article shows relevance of the Church teaching in the field of social media theology.

Key words: media information tasks, Pope's messages, World Day of Social Communications, Pope Francis

Nota o Autorze

Ksiądz **Marek WERESA** – prezbiter diecezji siedleckiej, magister i licencjat kanoniczny teologii, doktorant teologii środków społecznego przekazu w Katedrze Public Relations i Komunikacji Marketingowej w Instytucie Edukacji Medialnej i Dziennikarstwa na Uniwersytecie Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie. Od lipca 2018 r. pełni funkcję asystenta kościelnego tygodnika „Echo Katolickie”. Prowadzi audycje w akademickim Radiu UKSW oraz współpracuje z Katolickim Radiem Podlasie. Jego zainteresowania naukowe koncentrują się wokół mediów społecznościowych, teologii mediów. Kontakt e-mail: marekwersa@gmail.com; <http://twitter.com/@WeresaMarek>; <http://ksiadzmarek.pl>; <https://www.facebook.com/ksmarekwersa>