

The Gospel in cyberspace. Nurturing faith in the Internet age, red. Pierre Babin, Angela Ann Zukowski, Chicago 2002, ss. 200.

Ewangelizacja współczesnego świata jest zagadnieniem bardzo interesującym i ogarnia różne formy przekazu Ewangelii. Kościół wykorzystuje środki społecznego przekazu w swojej praktyce duszpasterskiej, głównie w realizacji misji nauczycielskiej. Dotyczy to także medium najbardziej dynamicznego w ostatnich latach, tj. Internetu.

Ewangelizacyjne wykorzystanie Internetu jest przedmiotem poszukiwań w książce pt. *The Gospel in cyberspace. Nurturing faith in the Internet age* (Ewangelia w cyberprzestrzeni. Karmienie wiary w czasach Internetu). Jej Autorami są Pierre Babin i Angela Ann Zukowski. Pierwszy z nich jest kapłanem zakonnym (OMI), zaangażowanym w formację katechetyczną w Ośrodku Poszukiwań i Społecznej Komunikacji w Lyon. Od ponad czterdziestu lat zajmuje się tematyką katechetyczną oraz środków społecznego przekazu. Siostra A. Zukowski (MHSH) również od wielu lat angażuje się w działalność katechetyczną i edukacyjną. W swojej pracy poszukiwała nowych dróg przekazu, do czego służyły jej różnorodne środki przekazu medialnego. Jest profesorem Wydziału Studiów Religijnych i dyrektorem Instytutu Inicjatyw Duszpasterskich Uniwersytetu w Dayton (USA).

Omawiana pozycja składa się z czterech części. Pierwsza z nich (autorstwa A. Zukowski) podejmuje zagadnienie miejsca Kościoła w nowej epoce Internetu. Współczesna rzeczywistość religijna i kulturalna świata może być porównana do hałaśliwego, pełnego ruchu rynku idei, który zaznacza się m.in. w Internecie. Na tym rynku przekrzykują się: wzrastający sekularyzm, indywidualizm, synkretyzm, poszukiwanie nowych duchowości, fundamentalizm itp. Kościół musi zmierzyć się z tą nową rzeczywistością. Jeśli chce on zaproponować alternatywne atrakcyjne idee i być przestrzenią oddziaływania, to należy przestudiować wspomniany rynek idei, a następnie zmierzyć się ze współczesną kulturą. Ważną drogą w tym procesie jest dialog z różnymi ideami. Przestrzeń nowych mediów, a zwłaszcza Internet – według Autorów książki, jest współczesnym ewangelicznym świecznikiem i możliwością wydobycia światła Dobrej Nowiny.

Druga część książki (autorstwa P. Babin) zawiera analizę miejsca i roli Ewangelii w światowym rynku idei i haseł. Struktura tej części składa się z sześciu rozdziałów. Wychodząc od amerykańskiego pojęcia osobowego sukcesu, P. Babin stawia pytanie, czy Jezus jest człowiekiem sukcesu. Odpowiedź jest jak najbardziej twierdząca, mamy do czynienia z niewyobrażalnie wielkim oddziaływaniem nauki Jezusa. Głoszenie Ewangelii za pośrednictwem mediów oznacza kontynuowanie wpływu Jezusa na współczesny świat. Elektroniczna cywilizacja niesie jednak zagrożenia: zagubienia swej podmiotowości oraz marginalizacji niektórych grup ludzi. Jednocześnie nowe technologie mogą pomóc w rozpoznaniu swojej oryginalności, a także rozbudzić nowe nadzieje. Nowe media nie muszą być zagrożeniem, ale okazją do oczyszczenia wiary Kościoła i do otworzenia nowych horyzontów. Kościół powinien być ewangelizacyjnie obecny w mediach (Internecie); nie tylko w znaczeniu przekazu doktryny (słowa), ale także poprzez dźwięk, obraz i interaktywność. To wymaga wypracowania nowych modeli komunikacji ze strony Kościoła, a zwłaszcza konwersacji ze współczesnym światem. Tym samym Kościół winien powrócić do figury św. Pawła ewangelizującego pogan i jego wystąpienia na ateńskim areopagu. Nowe media domagają się innego języka do

przekazu wiary Kościoła, potrzebny jest język dialogu i inkulturacji. Wymienione procesy winny stać się praktyką każdej parafii.

W trzeciej części A. Zukowski rozważa kwestię inkulturacji w cyberprzestrzeni. Wyzwanie nowej ewangelizacji obejmuje przestrzeń mediów. Autorka przytacza następnie wskazania Magisterium Kościoła na temat ewangelizacji za pośrednictwem mediów. Tak jak P. Babin, mówi ona o głoszeniu Ewangelii na współczesnym rynku idei. Cyfrowa przestrzeń jest nowym portalem Dobrej Nowiny.

W epilogu książki oboje Autorzy w rozmowie z F. Poswick (OSB) wyrażają swoje przekonania. Ich zdaniem żyjemy w nowej kulturze, która domaga się nowej ewangelizacji. Jednakże przekaz wiary musi być dynamiczny, z wykorzystaniem języka obrazowego oraz z elementem interaktywności (feedback). Wykorzystanie mediów nie jest „osłodzeniem” czy ozdobieniem dotychczasowych metod przekazu wiary, lecz całościowym przekształceniem systemu komunikacji wiary. Edukacja do nowych modeli komunikacji winna objąć wszystkich: duszpasterzy, katechetów i ewangelizatorów.

Recenzowana pozycja jest potrzebnym głosem na temat nowej ewangelizacji. Świat mediów, w tym i Internetu, domaga się aktywnej obecności Kościoła. W trakcie lektury dzieła zauważa się powtórzenia myśli. Szczególnie porównanie obecności Kościoła w świecie mediów do rynku, albo nawet supermarketu, w którym każdy zachwala swoje idee, często wraca w kolejnych rozdziałach. Zauważa się tu zgodność myśli Autorów, ale ponowne częste (moim zdaniem) przytaczanie tej samej tezy jest jakąś niezręcznością redakcyjną.

Głos Kościoła w mediach jest jednym z wielu. Ewangelizacja poprzez mass media nie ucieka od problematyki ekumenicznej oraz tolerancji religijnej. Wydaje się, że Autorzy w sposób wyważony sygnalizują poboczny problem jedynego Kościoła oraz na ile trwa on w Kościele rzymskokatolickim. Być może dla niektórych jest kontrowersyjne twierdzenie P. Babin, że Kościół stał się zbyt konserwatywny przez to, iż skupił się na obronie swej wiary, miast podjąć dialog ze zróżnicowanym, inaczej myślącym światem.

Coraz bardziej zaznacza się potrzeba podjęcia dyskusji o ewangelizacji poprzez media, przez Internet. Kościół nie może kojarzyć się tylko z szacowną budowlą pośrodku ludzkich osiedli. Winien stać się wspólnotą autentycznych wyznawców dających świadectwo wiary na współczesnych areopagach.

ks. Arkadiusz Domasz SDB
UKSW, Warszawa