

PIOTR WAJS  
Opole

## ŚWIĘTY JAN PAWEŁ II W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH

Święty Jan Paweł II był pierwszym papieżem, któremu przyszło kierować Kościołem w świecie oplecionym globalną siecią, zwaną Internetem. Proces tworzenia się i rozwoju świata cyfrowego nie tylko nie zaskoczył naszego świętego, ale stworzona nowa rzeczywistość uwrażliwiła go na nowe forum głoszenia Ewangelii. Pierwszym etapem rozwoju internetu była poczta elektroniczna oraz proste strony w kodzie HTML, które były przeniesieniem zwykłego tekstu w świat elektroniczny. Drugi etap to media społecznościowe, oparte na infrastrukturze Web 2.0. Niestety Jan Paweł II zmarł przed rozpoczęciem powszechnego używania najbardziej popularnych w dzisiejszych czasach portali społecznościowych: *Facebooka* (2004), *YouTube* (2005) czy *Twittera* (2007)<sup>1</sup>. Nie oznacza to jednak braku obecności słów i obrazów papieża w tych mediach. Przed ukazaniem obecności nauczania, wspomnień i odnośników zawartych w najpopularniejszych serwisach Web 2.0, warto pokazać stosunek Jana Pawła II do Internetu oraz przykłady obecności jego nauczania w infrastrukturze internetu 1.0. Następnie zostanie nakreślona specyfika mediów społecznościowych, aby w trzeciej części zaprezentować przykłady obecności naszego świętego w świecie cyfrowym. Do prezentacji św. Jana Pawła II w mediach infrastruktury Web 2.0 posłużą *Facebook*, *YouTube* i *Twitter*. Wybór tych serwisów spowodowany jest nie tylko ich największą popularnością, ale przede wszystkim tym, że w ich zasobach zostały umieszczone oficjalne profile watykańskie.

### 1. Jan Paweł II a Internet Web 1.0

#### 1.1. Dokumenty Jana Pawła II odnośnie do Internetu

Pierwszym aspektem analizy obecności Jana Pawła II w świecie cyfrowym są dokumenty Kościoła dotyczące komputerów i Internetu, które zostały przez niego opublikowane. W sposób bezpośredni do komputera, jako pierwsze, odnosi się Orędzie na XXIV Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu noszące tytuł

---

<sup>1</sup> M. SADOWSKI, *Rewolucja social media*, Gliwice 2013, s. 29–30. W przypadku *Facebooka* należy zaznaczyć, że wersja ogólnodostępna została zaprezentowana w 2007 r. Wcześniej był on dostępny tylko dla zamkniętych społeczności.

*Misja Kościoła w erze komputerów*, które zostało ogłoszone 24 stycznia 1990 r.<sup>2</sup> Papież w tym dokumencie nakreśla obowiązki Kościoła, do których należą: głoszenie Chrystusa i ofiarowanej przez Niego drogi zbawienia, szybkie informowanie o *Credo*, wyjaśnianie stanowiska Kościoła odnośnie do problemów i wydarzeń, wspólne poszukiwanie rozwiązań palących problemów ludzkości. Poza zadaniami papież wskazuje na konieczność dialogu jeszcze przed zaistnieniem narzędzi, które spopularyzowały korzystanie z sieci. Pierwsza przeglądarka internetowa, czyniąca z sieci www narzędzie ogólnodostępne, pojawiła się w grudniu 1990 r. Dodatkowo należy zauważyć, że Jan Paweł II wzywał do dialogu w czasie, gdy podstawowym narzędziem Internetu była poczta e-mail. Pierwsze prawdziwie dialogowe narzędzia komunikacji oparte na Web 2.0 powstały ponad dekadę później<sup>3</sup>.

Drugi dokument dotyczący świata cyfrowego nosi tytuł *Internet — nowe forum głoszenia ewangelii* i jest Orędziem na XXXVI Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu<sup>4</sup>. Powstanie tego dokumentu zostało poprzedzone dwoma wydarzeniami wprowadzającymi Stolicę Apostolską w praktyczną część przestrzeni internetowej. Pierwsze z nich to zarejestrowanie domeny internetowej .va oraz utworzenie strony www Watykanu, co miało miejsce w 1995 r.<sup>5</sup> (strona watykańska zostanie nieco szerzej omówiona w drugiej części artykułu). Drugim wydarzeniem było powstanie Biura Internetowego Stolicy Apostolskiej w 1996 r.<sup>6</sup> Orędzie to określa Internet jako nowe forum otwarte dla szerokiego ogółu, miejsce możliwego spotkania z chrześcijaństwem, a w związku z tym wezwanie Kościoła do wykonania Chrystusowego polecenia: „Wy płyn na głębie” (Łk 5,4). Ta cybernetyczna przestrzeń niesie równocześnie możliwości i zagrożenia. Należy więc dołożyć wszelkich starań, aby wirtualne spotkanie z Chrystusem przemieniło się w spotkanie realne w świątyni i sakramentach. Troska papieża dotyczy również takich niebezpieczeństw, jak nadmiar informacji oraz możliwość wykorzystania Internetu do szkodenia człowiekowi.

Dokumenty poświęcone w całości Internetowi ukazują wielką troskę Jana Pawła II o to, by głoszenie Ewangelii odbywało się w każdy możliwy sposób. Dla pełnego obrazu zaangażowania należałoby przytoczyć fragmenty innych dokumentów,

<sup>2</sup> JAN PAWEŁ II, *Misja Kościoła w erze komputerów. Orędzie na XXIV Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu*, w: M. LIS (red.), *Orędzia papieskie na światowe Dni Komunikacji Społecznej 1967–2002*, Częstochowa 2002, s. 170–175.

<sup>3</sup> P. BARCZYK, *Nowe technologie a kultura cyfrowego dostępu*, w: B. JUNG (red.), *Wokół mediów ery Web 2.0*, Warszawa 2010, s. 10.

<sup>4</sup> JAN PAWEŁ II, *Internet — nowe forum głoszenia Ewangelii. Orędzie na XXXVI Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu*, w: M. LIS (red.), *Orędzia papieskie na światowe Dni Komunikacji Społecznej 1967–2002*, s. 240–246.

<sup>5</sup> W.C. IHEJIRIKA, *Innovative Pastoral Applications Of The New Information And Communication Technologies (NICTS) By The Catholic Church In Nigeria*, „The Politics and Religion Journal Serbian Edition” 2 (2008), s. 84.

<sup>6</sup> R. PODPORA, *Watykan i internet*, „E-mentor” 18 (2007), <http://www.ementor.edu.pl/artukul/index/numer/18/id/391> (04.05.2014).

w których papież mówi o komunikacji w świecie cyfrowym. Troska o czytelność niniejszego artykułu powoduje, że trzeba to odłożyć na inną okazję i inne miejsce.

## 1.2. Realizacja wskazań Jana Pawła II w infrastrukturze Web 1.0

Praktyczna realizacja głoszenia Ewangelii za pomocą cyfrowej agory rozpoczęła się krótko po ogłoszeniu Orędzia na XXIV Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. Już w 1991 r. do pracy w Watykanie Jan Paweł II zaprosił s. Judith Zobelein ze Zgromadzenia Sióstr Franciszkanek od Eucharystii<sup>7</sup>. Jej zadaniem była informatyzacja Watykanu oraz stworzenie jego cyfrowego wizerunku. Pierwszą informacją umieszczoną na oficjalnej stronie Watykanu były życzenia z okazji świąt Bożego Narodzenia w 1995 r. Formą przekazu było zdjęcia Ojca Świętego z linkami do orędzia bożonarodzeniowego w różnych językach. Pierwszy wpis w serwisie www został przyjęty bardzo ciepło. W ciągu pierwszych 3 dni ze stroną połączyło się ponad 500 tysięcy osób. Dziś strona [www.vatican.va](http://www.vatican.va) to bardzo rozbudowany serwis internetowy, zawierający niezmiernie bogactwo informacji. Znajdziemy tam m.in. dokumenty papieskie począwszy od Leona XIII (najstarszy dokument z 1878 r.) do papieża Franciszka. Strona jest w pełni multimedialna z dostępem do filmów, audycji radiowych i zdjęć (najstarsze fotografie w serwisie są z 1929 r.).

Wracając do Jana Pawła II, to w serwisie watykańskim znajdziemy pełne teksty w kilku językach: rozważań podczas modlitwy *Anioł Pański*, konstytucji apostoelskich, przemówień, encyklik, adhortacji apostoelskich, listów apostoelskich, orędzi, *motu proprio*, homilii i przemówień podczas pielgrzymek<sup>8</sup>. Oprócz dokumentów papieskich, możemy prześledzić niemal dzień po dniu przebieg całego pontyfikatu św. Jana Pawła II<sup>9</sup>. Pewną trudność dla czytelników posługujących się jedynie językiem polskim może stanowić fakt, iż znaczna część dokumentów nie jest dostępna w naszym języku. Najwięcej dokumentów dotyczących Jana Pawła II, znajdujących się na stronie watykańskiej, jest w języku włoskim (ponad 18 000) i angielskim (około 7500), natomiast w języku polskim — zaledwie 365<sup>10</sup>.

Rozwiązaniem tej niedogodności jest dostęp do elektronicznych wersji dokumentów papieskich na stronach polskojęzycznych. Oficjalna strona Konferencji Episkopatu Polski nie zawiera nauczania papieskiego. Możemy je natomiast znaleźć na najbardziej popularnym serwisie internetowym związanym z religią: [www.opoka.pl](http://www.opoka.pl)<sup>11</sup>, któremu patronuje Episkopat Polski. Przeglądając polskojęzyczne strony internetowe, znajdziemy dziesiątki takich, na których znajdują się dokumenty

<sup>7</sup> Tamże.

<sup>8</sup> [http://www.vatican.va/holy\\_father/john\\_paul\\_ii/index\\_it.htm](http://www.vatican.va/holy_father/john_paul_ii/index_it.htm) (04.05.2014).

<sup>9</sup> [http://www.vatican.va/beatificazione\\_gp2/documents/pontificato\\_gp2\\_it.html](http://www.vatican.va/beatificazione_gp2/documents/pontificato_gp2_it.html) (10.05.2014).

<sup>10</sup> Wynik wyszukiwania hasła „Jan Paweł II” w różnych wersjach językowych na oficjalnej stronie [www.vatican.va](http://www.vatican.va) (10.05.2014).

<sup>11</sup> J. KLOCH. *Kościół w Polsce wobec WEB 2.0*, Kielce 2013, s. 137.

papieskie. Należy pamiętać, że autentyczność tekstów i poprawność nauczania gwarantują tylko i wyłącznie strony oficjalnych instytucji kościelnych.

W pierwszym okresie istnienia Internet posługiwał się infrastrukturą Web 1.0. Charakteryzowała się ona możliwością tworzenia stron internetowych prezentujących treści w sposób zbliżony do tradycyjnej książki. Wynalazek, jakim była książka, przeszedł kolejną metamorfozę i po rewolucji Johanna Gutenberga nastąpił czas rewolucji Billa Gatesa i Steve'a Jobsa. Pierwszy z nich, będący właścicielem firmy *Microsoft*, wprowadził jednolity dla większości komputerów system operacyjny wyposażony w przeglądarkę internetową. Dzięki temu Internet stał się dostępny nie tylko dla naukowców i informatyków, ale praktycznie dla każdego. Drugi natomiast za pomocą pionierskich urządzeń firmy *Apple* sprawił, że Internet jest dostępny niemal wszędzie dzięki urządzeniom przenośnym, takim jak smartfon czy tablet.

## 2. Internet 2.0 a św. Jan Paweł II

### 2.1. Media społecznościowe jako przykład infrastruktury Web 2.0

Okolo 10 lat po pojawieniu się przeglądarki internetowej, która spowodowała wyjście Internetu z zastosowań wojskowych i naukowych, nastąpił kolejny przełom w możliwościach publikowania treści elektronicznych. Strony zbudowane za pomocą narzędzi Web 2.0 zostały nazwane serwisami społecznościowymi. Media społecznościowe to zjawisko, które istnieje zaledwie od kilkunastu lat. Sam termin *social media* został użyty po raz pierwszy w 2004 r. przez Chrisa Shipleya<sup>12</sup>. Najczęściej spotykaną definicją mediów społecznościowych jest definicja technologiczna opracowana przez Andreeasa Kaplana i Michaela Haenleina. Została ona opublikowana w 2010 r. w periodyku Uniwersytetu Indiana „Business Horizons” i określa media społecznościowe jako „grupę bazujących na internetowych rozwiązaniach aplikacji, które opierają się na ideologicznych i technologicznych podstawach Web 2.0, i które to umożliwiają tworzenie i wymianę wygenerowanych przez użytkowników treści”<sup>13</sup>. Technologiczna rewolucja języków programowania w internecie pozwoliła na powstanie możliwości technicznych do zaistnienia wnioskowanego przez Jana Pawła II dialogu. Chronologiczne zestawienie mediów infrastruktury 2.0 przedstawia Paul Levinson w sposób następujący: blogowanie (1997), *Wikipedia* (styczeń 2001), *Second Life* (czerwiec 2003), *MySpace* (sierpień 2003), *Facebook*

<sup>12</sup> E. KULCZYCKI, *Wykorzystanie mediów społecznościowych przez akademickie uczelnie wyższe w Polsce. Badania w formule otwartego notatnika*, w: E. KULCZYCKI, M. WENDLAND (red.), *Komunikologia. Teoria i praktyka komunikacji*, Poznań 2012, s. 92.

<sup>13</sup> A.M. KAPLAN, M. HAENLEIN, *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*, „Business Horizons” (2010), nr 53, s. 60.

(luty 2004), podcasty (2004), *Digg* (grudzień 2004), *YouTube* (luty 2005), *Twitter* (marzec 2006)<sup>14</sup>. Pomimo bezpośredniej nieobecności Jana Pawła II w mediach ery 2.0, w Liście apostołskim *Szybki rozwój* (2005) czytamy:

Zwłaszcza nowe techniki stwarzają dodatkowe możliwości komunikacji, pojmowane jako służba wspomagająca pasterskie rządy oraz organizację rozlicznych zadań wspólnoty chrześcijańskiej. Przytoczmy jako przykład Internet, który nie tylko stwarza większe możliwości zdobywania informacji, ale uczy także przekazu interaktywnego<sup>15</sup>.

Właściwością mediów 2.0 jest ich dialogiczność. Powoduje to, że każdy użytkownik może się wypowiadać na dowolny temat. Specyfika Internetu zrównuje prawa do wypowiedzi profesora i ucznia, dyrektora i podwładnego, biskupa i świeckiego.

## 2.2. Wirtualne wcielania oraz fankluby św. Jana Pawła II na przykładzie *Facebooka*

Aktywność internautów związana z serwisem *Facebook* jest złożona z kilku form. Pierwszą z nich są profile osób lub instytucji. Mogą one być przypisane do osób prawdziwych lub fikcyjnych. Każdy z profili może dokonywać różnych aktywności: dodawać filmy, zdjęcia, komentarze na profilu swoim lub innych osób, organizować wydarzenia, łączyć się w grupy i, co jest nowością wprowadzoną w tym właśnie serwisie, kliknąć „Lubię to”. Inne funkcjonalności to dodawanie na swojej osi czasu (zwanej także tablicą) wydarzeń, które mogą być umiejscowione w czasie i przestrzeni.

Kategoria ta jest reprezentowana przez kilkanaście kont osób, które wcieliły się w postać papieża<sup>16</sup>. Większość z nich próbuje w sposób ładny graficznie i zrozumiały dla użytkowników sieci 2.0 przekazać informacje o postaci, a także za pomocą cytatów z wypowiedzi Ojca Świętego pokazać główne nurty jego nauczania. Drugą grupę stanowią osoby, które swoje konta prywatne przemianowały na postać Jana Pawła II i prowadzą normalne niereligijne profile. Jest to o tyle niesmaczne, że pojawiają się na nich treści nieprzystające do świętego, a w pojedynczych przypadkach grafiki żartujące lub obraźliwe względem postaci, pod którą dane osoby się podszyły. Profile te posiadają od kilku do kilkunastu wpisów.

Można przypuszczać, że większość z profili powstała jako oddanie czci wybitnemu człowiekowi i stanowiła odpowiedź na brak w przestrzeni *Facebooka* profilu świętego, na którym można by było zaczerpnąć wiedzy o nim.

<sup>14</sup> P. LEVINSON, *Nowe nowe media*, tłum. M. Zawadzka, Kraków 2010, s. 11.

<sup>15</sup> JAN PAWEŁ II, *Szybki rozwój. List apostołski Jana Pawła II do odpowiedzialnych za środki społecznego przekazu*, nr 9, w: *Listy apostołskie Ojca Świętego Jana Pawła II*, Kraków 2007, s. 769–770.

<sup>16</sup> Przykłady kont osób podających się za Jana Pawła II (dostęp do wszystkich profili dnia 09.06.2014) <https://www.facebook.com/kuba.boniek.16>; <https://www.facebook.com/profile.php?id=100004535626638>; <https://www.facebook.com/profile.php?id=100005866187525>; <https://www.facebook.com/profile.php?id=100008314263352>; <https://www.facebook.com/ojciec.swiety.5>; <https://www.facebook.com/profile.php?id=100004182107546>; <https://www.facebook.com/profile.php?id=100004434579624>.

Drugą z podstawowych form aktywności jest tworzenie *fanpagów*. Są to wirtualne odpowiedniki klubów zrzeszających miłośników wszelkiego rodzaju osób, organizacji, wydarzeń czy rzeczy. Tego typu stron jest w języku polskim około stu. Ich popularność jest bardzo różna i wynosi od kilku osób do ponad 222 tysięcy osób. Tematyka *fanpagów* jest zdominowana przez treści związane z samą osobą i nauczaniem Jana Pawła II. Wśród pokazanych wyników zaledwie 2 są obraźliwe<sup>17</sup>. Kilka stanowi zwykłą reklamę, ponieważ zachęca do zakupu publikacji związanych z Janem Pawłem II.

W tej właśnie kategorii znajduje się oficjalna strona św. Jana Pawła II<sup>18</sup>. Została ona założona przez Watykan 25 lutego 2011 r. Jej powstanie jest związane z przygotowaniem do beatyfikacji papieża. Jest ona dostępna w języku angielskim i śledzi ją 84 tysiące osób.

Najpopularniejszy polskojęzyczny *fanpage* związany ze św. Janem Pawłem II nosi tytuł *Bijemy rekordy polubień dla Jana Pawła II*<sup>19</sup>. Obecnie polubiło ten profil ponad 222 tysiące osób. Profil ten składa się jedynie z fotografii i rysunków świętego. Zadaniem użytkowników jest polubienie zdjęcia lub rysunku i w ten sposób rozpropagowanie go w serwisie. Drugim przedsięwzięciem pod względem liczby osób śledzących wpisy jest strona nosząca tytuł *Jan Paweł II — wspomnienia*. Została ona założona 23 października 2012 r. Posiada bardziej rozbudowane treści od poprzedniej i zawiera różne formy przedstawienia nauki Jana Pawła II. Głównie są to memy związane z Janem Pawłem II, ukazujące się w dniach rocznic ważnych wydarzeń z życia lub nauczania świętego. Drugą kategorią są zdjęcia przysyłane przez użytkowników portalu społecznościowego i publikowane w albumie noszącym tytuł *Nie publikowane (sic!) zdjęcia Jana Pawła II — z prywatnych kolekcji*<sup>20</sup>. Trzecim rodzajem materiałów są filmy.

Pod względem treści największą ilość stanowią cytaty, na drugim miejscu są wspomnienia, a na trzecim prośby o modlitwę. Twórca strony większość swoich materiałów publikuje samodzielnie, ale udostępnienia treści innych użytkowników również stanowią znaczną część zawartości. Największym niedociągnięciem nie tylko tej strony, ale i wielu innych, jest brak źródła, z którego zaczerpnięte są cytaty. Jest to o tyle ważne, że nie mamy pewności, czy dane słowa faktycznie pochodzą od Jana Pawła II, czy też są jedynie włożone w jego usta przez twórcę materiału. Pozostałe strony związane ze świętym posiadają te same formy materiałów i korzystają z takiej samej struktury treści. W polskojęzycznej wersji drugie i trzecie miejsce pod względem popularności zajmują strony o takim samym tytule: *Jan*

<sup>17</sup> <https://www.facebook.com/JP2szlugi>; <https://www.facebook.com/jpcandys> (09.06.2014).

<sup>18</sup> <https://www.facebook.com/vatican.johnpaul2?fref=ts> (09.06.2014).

<sup>19</sup> <https://www.facebook.com/pages/Bijemy-Rekordy-Polubie%C5%84-Dla-Jana-Paw%C5%82a-II/430102773803212> (09.06.2014).

<sup>20</sup> Pisownia oryginalna za: <https://www.facebook.com/media/set/?set=a.613474711997218.1073741826.512978978713459&type=1> (09.06.2014).

*Paweł II* — osoba publiczna śledzone przez prawie 50 tysięcy<sup>21</sup> i ponad 44 tysiące osób<sup>22</sup>. Jako ciekawostkę należy wskazać najpopularniejszą anglojęzyczną stronę założoną w Peru i skupiającą wokół treści związanych z Janem Pawłem II ponad 760 tysięcy osób.

Trzecią formą materiałów dostępnych na *Facebooku* są wydarzenia. Mogą one przybierać kilka wersji. Podstawowa to informacja dotycząca faktycznego wydarzenia. Druga to zadeklarowanie wsparcia lub dezaprobaty wobec różnego rodzaju aktywności tak wirtualnej, jak i realnej. Zadeklarowanie udziału w takim wydarzeniu jest złożeniem swoistego podpisu pod cyfrową petycją. W związku z ogromną popularnością *Facebooka* ten głos użytkowników jest śledzony i brany pod uwagę przez osoby odpowiedzialne za wizerunek firmy lub produktu<sup>23</sup>. Trzecim zastosowaniem tej funkcjonalności jest budowa cyfrowej społeczności, która pomimo tego, że nigdy się nie spotka, a jej członkowie nie znają się w sposób realny, to jednoczą się, aby coś wspólnie przeżyć. Jest to swoiste przekształcenie pierwszej formy. Przenosi ono wydarzenie ze świata realnego w świat cyfrowy. Zasada działania, niezależnie od funkcji, jest identyczna. Do udziału w wydarzeniu zapraszani są użytkownicy strony lub znajomi, którzy z kolei mogą zapraszać swoich znajomych. Za sprawą takiego przekazu informacja rozprzestrzenia się bardzo szybko i w krótkim czasie może dotrzeć do bardzo szerokiego kręgu osób. Największym problemem badawczym tej formy jest z góry założony czas wydarzenia, które po upływie tego czasu jest zakończone i nie ma do niego dostępu w czasie późniejszym. W chwili powstawania artykułu wyszukiwanie hasła *Jan Paweł II* wskazało 17 dostępnych wydarzeń. Były to: międzynarodowa konferencja naukowa pod patronatem Prezydenta Rzeczypospolitej, 2 serie wykładów, 12 wydarzeń artystycznych, 1 gra miejska i 1 festyn rodzinny pod patronatem Jana Pawła II<sup>24</sup>.

Ostatnią formą obecności Jana Pawła II na *Facebooku* są grupy z nim związane. Są to wirtualne społeczności skupiające wokół diskutowanych treści od kilku do ponad 2 tysięcy osób. Przeważająca większość z nich jest zamknięta. Można je porównać do małych grup zainteresowań, które ze względu na uniknięcie szumu informacyjnego i zbędnych treści ograniczają dostęp dla osób niezwiązanych z tematem lub osób nieznanymi. W dniu powstawania pracy było ich 18<sup>25</sup>.

<sup>21</sup> <https://www.facebook.com/pages/Jan-Pawe%C5%82-II/313785158770394> (09.06.2014).

<sup>22</sup> <https://www.facebook.com/SwietyJanPawelii> (09.06.2014).

<sup>23</sup> Jako przykład liczącego się wydarzenia można podać inicjatywę: „Święta bez Kevina to nie święta” — w tym wydarzeniu udział wzięło kilkaset tysięcy widzów, którzy zażądali od Telewizji Polsat umieszczenia w ramówce tradycyjnie wyświetlanego w okresie Bożego Narodzenia filmu pod tytułem *Kevin sam w domu*.

<sup>24</sup> Wyszukiwanie dnia 15.06.2014 za pomocą wyszukiwarki wbudowanej w serwisie *Facebook*.

<sup>25</sup> [https://www.facebook.com/search/results.php?q=Jan%20Pawe%C5%82%20II&type=groups&init=mag\\_glass&tas=0.4065415165387094](https://www.facebook.com/search/results.php?q=Jan%20Pawe%C5%82%20II&type=groups&init=mag_glass&tas=0.4065415165387094) wyszukiwanie za pomocą wbudowanego narzędzia w serwisie *Facebook* (16.04.2014).

Konstrukcja portali społecznościowych dopuszcza wszystkie publikacje, bez troski o ich poziom. Jest on zależny tylko i wyłącznie od zdolności, staranności, intencji i estetyki autora. Powoduje to, że wśród wielu materiałów wartościowych można znaleźć również wpisy o nikłych walorach tak artystycznych, jak i merytorycznych. Bardzo szeroko zdefiniowane regulaminy dozwolonych treści skutkują pojawianiem się treści obraźliwych, które bywają akceptowane w imię złe pojętej tolerancji.

Do obraźliwych przedstawień papieża na *Facebooku* należy konto fikcyjnej osoby *Jan Paweł Trynkiewicz II*<sup>26</sup>. Postać ta posiada 2 znajomych i ma opublikowane 4 wpisy.

Strony obraźliwe względem św. Jana Pawła II są przez innych użytkowników zgłaszane do administratora *Facebooka*, a czasem do prokuratury. Przynosi to różny skutek. Zdarza się, że obraźliwe treści są usuwane, ale zdarza się również, że administrator nie widzi nic złego w zaskarżanych treściach. Można przypuszczać, że skutek zgłoszenia zależy od dwóch czynników. Pierwszy to poprawność wypełnienia formularza, czyli np. podanie odpowiedniego powodu lub punktu regulaminu, który został złamany. Zdarza się, że powód podany przez osobę zgłaszającą jest nieadekwatny do sytuacji. Postąpił tak np. Rober Pazik, który stronę *Jan Paweł II za...ł mi szlugi* zgłosił jako nękającą<sup>27</sup>. Inni użytkownicy zgłosili stronę do prokuratury jako przestępstwo związane z art. 196 Kodeksu Karnego<sup>28</sup>. Na dzień dzisiejszy nie ma informacji, jaki skutek odniosło to zgłoszenie, gdyż sprawa jest w toku. Od zgłoszenia minął zaledwie miesiąc. Drugi czynnik, od którego zależy, czy zgłoszenie zostanie rozpatrzone pozytywnie już na poziomie administracji strony, to wrażliwość religijna osoby rozpatrującej zawiadomienie. Często zdarza się, że ludzie broniący jakichś wartości tworzą wirtualne wspólnoty. Jako przykład można podać stronę, której twórcy jednoczą wokół siebie ludzi strzegących godności wizerunku papieża<sup>29</sup>.

### 2.3. Audiowizualne dokumenty związane ze św. Janem Pawłem II w zasobach serwisu *YouTube*

Drugim serwisem społecznościowym, zawierającym treści związane z Janem Pawłem II, jest założony w 2005 r. *YouTube*<sup>30</sup>. Serwis ten pozwala umieszczać w swo-

<sup>26</sup> <https://www.facebook.com/profile.php?id=100007817291800&fref=ts> (09.06.2014).

<sup>27</sup> <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=303052786526321&set=gm.333264043493793&type=l&theater> print screen odmowy usunięcia strony (09.06.2014).

<sup>28</sup> Artykuł ten brzmi: „Kto obraża uczucia religijne innych osób, znieważając publicznie przedmiot czci religijnej lub miejsce przeznaczone do publicznego wykonywania obrzędów religijnych, podlega grzywnie, karze ograniczenia wolności albo pozbawienia wolności do lat 2”.

<sup>29</sup> <https://www.facebook.com/events/245367525616779/?source=73> (09.06.2014).

<sup>30</sup> P. LEVINSON, *Nowe nowe media*, s. 98.

ich zasobach, a następnie odtwarzać, komentować i udostępniać filmy, podcasty, videocasty i prezentacje multimedialne. Mnogość treści prezentowanych w serwisie opisują statystyki prezentowane przez właścicieli serwisu. Twierdzą oni, że każdego miesiąca serwis odwiedza ponad miliard unikalnych użytkowników, w tym czasie spędzają oni łącznie sześć miliardów godzin na oglądaniu filmów. Treści do oglądnięcia zapewne nigdy nie zabraknie, gdyż co minutę w serwisie pojawia się około sto godzin filmów<sup>31</sup>. W tych nieprzebranych zasobach znajduje się również oficjalny kanał watykański, który w dniu redakcji tekstu zawierał w wersji angielskojęzycznej 2656 filmów. Watykan założył sześć równoległych oficjalnych kanałów w następujących językach: angielskim, hiszpańskim, niemieckim, francuskim, litewskim i chińskim. Wszystkie wersje językowe zawierają tłumaczenie wystąpień papieskich na swój język. Każdym z nich zarządza Radio Watykańskie.

Podobnie jak na *Facebooku*, tak i na *YouTube* postanowiono przygotować wiernych na beatyfikację i kanonizację Jana Pawła II. W tym celu uruchomiono odrębny oficjalny profil watykański noszący nazwę *Giovani Paolo II*. Kanał ten zawiera 105 filmów, a ostatni z nich jest transmisją uroczystości kanonizacyjnych Jana Pawła II. Pozostałe treści to swoista kronika wystąpień świętego. Są to przemówienia, modlitwy i filmy okolicznościowe pochodzące z różnych miejsc i lat oraz wygłaszane w różnych językach. Niestety, kanał ten nie cieszy się wielką popularnością, gdyż najpopularniejszy film zamieszczony w jego zasobach posiada 203 tysiące wyświetleń.

Zasoby polskojęzycznej wersji *YouTube* zawierają około 60 tysięcy materiałów oznaczonych tagiem „Jan Paweł II”<sup>32</sup>. Nie sposób oglądać i przeanalizować całego materiału, dlatego wskażę jedynie przykłady, które zaprezentują zjawisko.

Pierwszą grupę stanowią materiały źródłowe w formie filmów znanych z przekazu telewizyjnego. Chronologicznie — pierwsze filmy dotyczą wyboru Karola Wojtyły na papieża, kolejne to zapis pielgrzymek Ojca Świętego do Polski. Publikacje te stanowią doskonały materiał badań dla homiletyków. Można na ich podstawie dokonać analizy żywego języka mówionego wraz ze wszystkimi specyficznymi cechami oralności. W filmach z pielgrzymek w 1989 r. możemy zobaczyć również naturalne reakcje wiernych na słowa papieża. Wcześniejsze uwarunkowania polityczne powodowały, że było to niemożliwe.

Drugą formą materiałów są filmy fabularne. Możemy wśród nich znaleźć: *Jan Paweł II* (reż. J.K. Harrison, 2005), *Karol — człowiek, który został papieżem* (reż. G. Battatio, 2005), *Karol — papież, który pozostał człowiekiem* (reż. G. Battatio

<sup>31</sup> Statystyki centrum prasowego *YouTube* dostępne na stronie serwisu dnia 07.07.2014. <https://www.youtube.com/yt/press/pl/statistics.html>.

<sup>32</sup> Wyniki wyszukiwania hasła „Jan Paweł II” za pomocą wyszukiwarki serwisu *YouTube* w dniu 16.07.2014.

2006), *Jan Paweł II — człowiek, który zmienił świat* (reż. T. McKenna, 2003) czy animowany *Jan Paweł II — historia papieża Polaka* (reż. nieznan, 2008). Filmy fabularne ukazują życie Jana Pawła II i zachęcają do refleksji nad jego zasługami dla Kościoła i społeczności międzynarodowej. Największym zainteresowaniem widzów serwisu *YouTube* cieszył się film *Karol — człowiek, który został papieżem*, który został wyświetlony ponad milion razy.

Trzecią formą treści są filmy dokumentalne. Ta kategoria jest reprezentowana zarówno przez twórców profesjonalnych, jak i amatorskich. Pierwszą grupę reprezentują TVP i ReligiaTV. Materiały TVP to w większości zwiastuny albo zapowiedzi programów, które widzowie mogli zobaczyć w tradycyjnej telewizji. Mniejsza część to wywiady, w których różne postacie wspominają Ojca Świętego. Inną drogą poszła ReligiaTV, która na swoim oficjalnym kanale udostępniła wiele ujęć sylwetki i świętości Jana Pawła II. Są one zawarte w całych odcinkach w serii: *Bliżej świętego*, *Święci tacy jak My*, czy *Zdjęcie z Papieżem*. Bardzo ciekawą pozycją, niestety na razie niedostępną, a jedynie zapowiedzianą na *YouTube*, jest film wyemitowany w tradycyjnej telewizji 23 kwietnia 2014 r. pod tytułem *Moskwa Jana Pawła II*<sup>33</sup>. Zapowiedź premiery filmu ukazuje ciągłą aktualność tematów związanych z oddziaływaniem świętego na świat i sugeruje, że jest to postać, która jeszcze długo będzie inspirować twórców dokumentów.

Czwartą formą są różnego rodzaju videocasty. One najpełniej ukazują społecznościowy wymiar *YouTube*, a także najmocniej nawiązują do pożądanej przez Jana Pawła II dialogiczności. Ta forma twórczości na *YouTube* jest najbardziej subiektywna i emocjonalna. Osoba i życie papieża ukazywane są tak, jak je widzi twórca. Jednym z najpopularniejszych filmików jest zapis przerwane go meczu piłki nożnej pomiędzy Lechem Poznań a Pogonią Szczecin. Sędzia kończy rywalizację na skutek żądania tłumu, który dowiedział się o śmierci papieża. Na ekranie widzimy emocje targające fanami obu drużyn oraz słyszymy głos spikera stadionowego. Ten moment zmiany rozkrzyczanego tłumu w zadumaną, zamyśloną i niejednokrotnie płaczącą wspólnotę do dziś wywiera wielkie wrażenie. Film obejrzany został prawie 1 330 000 razy<sup>34</sup>.

Na szczególną uwagę zasługują materiały zachęcające do modlitwy. Znajdziemy wśród nich rozważania różańcowe z Ojcem Świętym, modlitwy okolicznościowe, a także obrazy modlącego się papieża. Inne materiały to piosenki religijne, fragmenty nauczania i podcasty związane z różnymi wydarzeniami pontyfikatu.

Niestety, również na *YouTube* nie brakuje materiałów obraźliwych lub prześmiewczych w stosunku do świętego. Negatywną postawą jest bardzo szeroko rozumiane prawo twórcy do wyrażania własnego zdania. Często zwykły obraźliwy

<sup>33</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=Y2nCdFx7iB4> (16.07.2014).

<sup>34</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=bm4hz5B7D80> (16.07.2014).

film jest traktowany jak dzieło sztuki. Filmów takich jest sporo, ale nie cieszą się zbyt wielką popularnością. Większość z nich posiada od kilkuset do kilku tysięcy odston. Dla porównania: trzy najbardziej popularne filmy przychylnie wobec Jana Pawła II posiadają odpowiednio: 3 200 000<sup>35</sup>, 1 998 000<sup>36</sup> i 1 925 000<sup>37</sup> wyświetleń. Pierwsze 10 publikacji o Ojcu Świętym posiada łącznie ponad 16 000 000 odston<sup>38</sup>. W związku z tak wielką różnicą możemy uznać, że treści nieprzychylnie, choć bolesne, są zjawiskiem marginalnym.

Jan Paweł II na *YouTube* to kilkadziesiąt tysięcy filmów, do których napisano kilka milionów komentarzy, to współczesny areopag, na którym wymieniają poglądy wierzący z niewierzącymi, obrońcy wiary z bluźniercami, szukający ideałów z tymi, którzy już je znaleźli. Zjawiskiem bardzo pozytywnym jest to, że organizacje kościelne włączają się w publikacje materiałów<sup>39</sup>. Co prawda najczęściej są to działania mało regularne, ale warto zauważyć, że ta forma głoszenia dobrej nowiny oraz ukazywania ideałów chrześcijańskich jest niezbędna w dzisiejszych czasach. Jeśli przemnożylibyśmy ilość wyświetleń filmów związanych z Janem Pawłem II przez czas trwania poszczególnych filmów, to otrzymalibyśmy ogromną liczbę godzin, jaki osoby korzystające z serwisu *YouTube* mniej lub bardziej refleksyjnie poświęciły na treści religijne.

#### 2.4. Zwięzła forma cytatów, inspiracji i wspomnień o św. Janie Pawle II na podstawie mikrobloga *Twitter*

*Twitter* jest trzecim co do popularności serwisem społecznościowym na świecie. Podobnie jak dwa pozostałe, powstał na początku XXI w. w Stanach Zjednoczonych<sup>40</sup>. Jego pierwotna forma umożliwiała wysyłanie krótkich informacji, zawierających 140 znaków. Te krótkie wpisy nazywane są *tweetami*. Początkowo miały one opisywać emocje lub zdarzenia z życia autora wpisu. W późniejszym etapie pojawiła się moda na komentowanie otaczającego świata, wydarzeń społecznych — tak lokalnych, jak i ogólnościowych. Obecna wersja serwisu pozwala na dołączenie do nadal ograniczonego komunikatu zdjęć, rysunków, filmów, czy odnośników do innych stron internetowych.

Oficjalny profil papieski został uruchomiony na *Twitterze* 12 grudnia 2012 r. Jest on prowadzony zgodnie z pierwotną formą *Twittera* i nie zawiera żadnych linków. Język polski jest jednym z dziewięciu wersji językowych. Pozostałe języki to:

<sup>35</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=6sGEQkalsFE> (16.07.2014).

<sup>36</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=MF3UAOljkJM> (16.07.2014).

<sup>37</sup> [https://www.youtube.com/watch?v=he0Bt00\\_RLA](https://www.youtube.com/watch?v=he0Bt00_RLA) (16.07.2014).

<sup>38</sup> Według wyników wyszukiwania z dnia 17.07.2014.

<sup>39</sup> Materiały dotyczące Jana Pawła II publikowały m.in. następujące kanały (nazwy w pisowni oryginalnej): eRadioMaryja, trwamVideoStream, InstytutDialoguJP2, BiuroPrasoweKapucynów.

<sup>40</sup> P. LEVINSON, *Nowe nowe media*, s. 15.

łaciński, angielski, niemiecki, hiszpański, portugalski, włoski, francuski i arabski<sup>41</sup>. Niestety, żadna z wersji językowych nie odnotowała faktu kanonizacji Jana Pawła II i Jana XXIII. Jedyne *tweet* ze wspomnieniem naszego świętego posiada następującą treść: „Dziękujemy Błogostawionemu Janowi Pawłowi II za ŚDM i za liczne powołania, które zrodziły się podczas tych 28 spotkań. #Rio2013 #JMJ” i został opublikowany 24 lipca 2013 r.<sup>42</sup>

Cechą specyficzną *Twittera* jest możliwość stosowania znaków przywołujących użytkownika lub temat. Do oznaczenia użytkowników używa się znaku @ (np. @pontifex), natomiast dla oznaczenia tematu # (to tzw. *hashtag*). Użycie w wyszukiwaniu znaku @ nie odnajduje kont związanych bezpośrednio z naszym papieżem. Natomiast dołączenie do zapytania znaku # ukazuje bardzo wiele różnych odniesień do świętego. Są to najczęściej słowa papieża służące jako wskazanie autorytetu, na którym opiera się osoba wygłaszająca opinie. Podobnie jak na *Facebooku*, autorzy cytatów lub osoby powołujące się na opinie Ojca Świętego w konkretnej sprawie nie wskazują, z jakiego dokumentu papieskiego czerpią myśli. Wobec braku możliwości sprawdzenia takiego wskazania nie można stwierdzić, czy są to słowa prawdziwe, czy włożone w usta papieskie.

Z punktu widzenia religijnego najcenniejsze wpisy związane z Janem Pawłem II to prośby o modlitwę, wspomnienia związane ze spotkaniami podczas pielgrzymek oraz zaproszenia na wydarzenia religijne związane z kultem świętego.

### 3. Możliwości duszpasterskiego wykorzystania obecności Jana Pawła II w mediach społecznościowych

Analiza powyższych materiałów ukazuje, że treści związane z Janem Pawłem II w portalach społecznościowych są obecne w szerokim wymiarze. Najbogatszym pod tym względem jest *YouTube*. Obejrzenie wszystkich znajdujących się w jego zasobach materiałów związanych z papieżem jest fizycznie niewykonalne. Biorąc pod uwagę fakt, że według danych prasowych *YouTube* każdej minuty dodawane jest 100 godzin filmów, to podczas oglądania tych, które są, można przypuszczać, iż zostałyby umieszczone kolejne związane z Janem Pawłem II. Materiałami, które bezwzględnie powinny być wykorzystane tak w duszpasterstwie, jak i w katechezie, są oryginalne zapisy homilii papieskich. Warto również zachęcić młodzież do tworzenia własnych podcastów zawierających nauczanie Jana Pawła II na konkretny temat. To zainteresowanie młodych nowymi mediami należy wykorzystać, aby w formie najbardziej przemawiającej do nich poznali drogę do świętości prezentowaną do końca życia przez naszego rodaka.

<sup>41</sup> [https://twitter.com/Pontifex\\_pl](https://twitter.com/Pontifex_pl) (20.07.2014).

<sup>42</sup> [https://twitter.com/Pontifex\\_pl/status/360148526187024385](https://twitter.com/Pontifex_pl/status/360148526187024385) (20.07.2014).

Specyfika portalu *Facebook* pozwala na wykorzystanie jego technicznych możliwości do działań już ściśle związanych z duszpasterstwem. Po pierwsze, warto wykorzystać oficjalny profil świętego jako współczesną wersję żywotów świętych. Po drugie, strony związane z prośbą o modlitwę za wstawiennictwem papieża ukazują, że przestrzeń świata wirtualnego prowadzi do konkretnych dobrych owoców w świecie realnym. Publiczne wezwanie do modlitwy stanowi nie tylko świadectwo danej osoby, że wierzy ona w moc modlitwy, ale również powoduje powstanie realnej grupy modlitewnej z nieco nietypową skrzynką intencji. Dla wątpiących w owoce takiej modlitwy należy przytoczyć słowa Jezusa: „Gdzie dwaj albo trzej zgromadzeni są w imię moje, tam Ja jestem pośród nich” (Mt 18,20). Trzecia korzyść to postulowana przez Jana Pawła II dialogiczność. To współczesny areopag, który w ułamku sekundy przeciwstawia sobie zdania wierzących, poszukujących i wątpiących. Dlatego szczególnym zadaniem dla teologów jest obecność w sieci w celu przybliżenia, a w razie potrzeby — apologii wiary.

Wykorzystanie materiałów dotyczących Jana Pawła II w mediach społecznościowych nie ma na celu wprowadzenia kategorii wirtualnego świętego, a jedynie mocniejsze wejście w świat taki, jaki nas otacza, czyli świat przekazu cyfrowego, który jest dostępny w prawie nieograniczony sposób. Taką potrzebę mocno podkreśla ks. Józef Kloch, uwrażliwiając, że Kościół powinien być obecny w sieci na własnych zasadach<sup>43</sup>.

Można zaryzykować stwierdzenie, że Jan Paweł II jest świętym, który posiada na swój temat największy zasób multimediów. Wielokrotnie zachęcał on do wykorzystania środków informatycznych przez Kościół. W związku z powyższym, powinnością Kościoła jest wykorzystanie tego zasobu, aby zgodnie z posłannictwem Jezusa głosić zbawienie na całym świecie. Ten kwantyfikator ogólny w rozesłaniu apostołów powoduje, że zaniedbanie świata cyfrowego jest sprzeciwieniem się nakazowi misyjnemu.

**Słowa kluczowe:** Jan Paweł II, papieżstwo, media społecznościowe, *Facebook*, *You Tube*, *Twitter*.

## St. John Paul II in the Social Media

### Summary

Saint John Paul II was the first pope in the time of the Internet. He didn't stay indifferent to the digital revolution, and already at its beginning he indicated to the Church that this is

---

<sup>43</sup> J. KLOCH, *Zastosowania najnowszych technologii Web 2.0*, w: M. PRZYBYSZ, J. KLOCH (red.), *Media w Kościele i Kościół w mediach, Edukacja medialna, dziennikarska i w zakresie public relations oraz zastosowania Web 2.0 w Kościele w Polsce*, Katowice 2012, s. 76.

the tool that should be used in announcing the Jesus Christ's address. The first websites with the religious contents were made from the initiative of our pope. The further development of the Internet gave the infrastructure WEB 2.0. The community media which contain many contents connected with life, teaching and death of saint John Paul II were created on its basis. The wealth of forms and contents published by the Internet society was shown on the basis of the services Facebook, YouTube and Twitter. It should be emphasised that the aim of this deliberations is not to create the virtual saint, but to show the genuine religious experiences connected with saint John Paul II. They became the cause of the publication of the most of the content. From the religious point of view, the requests for the prayer, the memories from the meetings during the pilgrimages and the invitations for the religious events connected with the worship of the saint are the most precious entries connected with John Paul II. John Paul II is the saint whom the richest collection of the multimedia that can be created by means of the contemporary tools is devoted to. So the Church's duty is to use this resource to propagate the salvation also in the digital world, in accordance with the Jesus's mission.

**Key words:** John Paul II, papacy, Social Media, Facebook, YouTube, Twitter.