

KS. ANTONI LEWEK

MASS-MEDIA W SŁUŻBIE EWANGELIZACJI

Treść: I. Epokowe znaczenie mass-mediów; 1. Początek nowej cywilizacji; 2. Wyzwanie dla Kościoła. II. Ewolucja postawy Kościoła wobec mass-mediów; 1. Tradycyjne środki ewangelizacji; 2. Ostrożna akceptacja nowoczesnych środków przekazu; 3. Dowartościowanie mass-mediów od Vaticanum II. III. Radio jako środek ewangelizacji; 1. Istota i zadania ewangelizacji; 2. Elementy strukturalne ewangelizacji radiowej.

I. EPOKOWE ZNACZENIE MASS-MEDIÓW*

1. Początek nowej cywilizacji

Gdy sto lat temu kończył się wiek XIX, żegnano go jako wiek odkrycia elektryczności i potęgi pary wodnej, wiek skonstruowania maszyn przemysłowych i kolei żelaznej. Jakże małe wydają się te XIX-wieczne odkrycia i osiągnięcia w porównaniu z tym, co odkryto i osiągnięto w wieku XX. Gdy za parę lat skończy się ten wiek, będzie go ludzkość żegnać jako wiek odkrycia i niestety użycia bomby atomowej, wiek rozpoczęcia lotów kosmicznych z pierwszym lądowaniem człowieka na księżycu, wiek niespotykanych osiągnięć i wynalazków w dziedzinie medycyny, biogenetyki i techniki. Czy jednak te właśnie odkrycia i osiągnięcia są rzeczywiście największymi zdobyczami XX wieku?

Istnieje coraz powszechniejszy pogląd, że ani odkrycie atomu, ani podbój kosmosu, lecz fenomenalny rozwój elektronicznych mass-mediów decyduje o tym, iż zaczęła się w naszych czasach nowa epoka cywilizacyjna i kulturowa.¹ Nowoczesne media masowe kształtują dziś nowy świat, nową cywilizację i tzw. kulturę masową. Dzięki mass-mediom i przez nie świat stał się „globalną wioską” (McLuhan): ludzkość może w jednym momencie oglądać i reflektować wydarzenia dziejące się w różnych zakątkach ziemi, a także w kosmosie. Na przykład 20 lipca 1969 roku półtora miliarda ludzi oglądało pierwsze w dziejach lądowanie człowieka na księżycu.

Nowoczesne mass-media, zwłaszcza te audiowizualne, kształtują po prostu nowego człowieka: jego myślenie, uczucia, przeżycia, mentalność i postawy życiowe. Dzięki telewizji człowiek ma możliwość przeżywania jakby multilokacji: w krótkim czasie może być świadkiem wydarzeń na różnych kontynentach świata. Również myślenie człowieka, kształtowane

* Jest to referat wygłoszony 1 grudnia 1997 r. w Akademii Teologii Katolickiej w Warszawie podczas sympozjum nt. „Ewangelizacja radiowa” w którym uczestniczyli członkowie Sekcji Homiletów Polskich, przedstawiciele radiostacji katolickich w Polsce oraz wykładowcy i studenci Wydziału Teologicznego ATK.

¹ F. Zöchbauer, *Verkündigung im Zeitalter der Massenmedien*, München 1969 s. 11.

dawniej językiem słów, zmienia się dzisiaj pod wpływem mass-mediów, które posługują się językiem totalnym², tj. słowami, obrazem, ruchem, kolorami, dźwiękiem i akcją jednocześnie. Jest to więc język o wiele bogatszy treściowo od języka samych słów, mówionych czy drukowanych, język oddziałujący nie tylko na słuch i intelekt, ale na całego człowieka: na szereg jego zmysłowych i psychicznych receptorów.

W związku z niebywałym rozwojem i wszechstronnym oddziaływaniem nowoczesnych technik społecznego komunikowania na ludzi i całe społeczeństwa, mówi się także o powstawaniu dziś nowej cywilizacji i kultury. Niektórzy uczeni uważają, że rozwój ludzkiej cywilizacji zależy w decydującej mierze od rozwoju sposobów komunikowania społecznego. Słynny uczony kanadyjski, teoretyk komunikacji społecznej, Marshall McLuhan wyróżnia trzy etapy ewolucji sposobów komunikowania społecznego, które były początkiem nowych epok cywilizacyjnych, a mianowicie: 1) epoki słowa mówionego, 2) epoki druku, 3) epoki mass-mediów audiowizualnych.³

2. Wyzwanie dla Kościoła

Fakt zaistnienia nowej epoki cywilizacyjnej: „epoki audiowizualnej”, „epoki mass-mediów elektronicznych” o niewyobrażalnym zasięgu i możliwościach oddziaływania na ludzi i całe narody stał się wielkim wyzwaniem i zobowiązaniem dla Kościoła⁴, zwłaszcza dla jego posłannictwa ewangelizacyjnego. Watykańska Instrukcja Duszpasterska *Aetatis novae* z 1992 r. stwierdza: „Potęga środków przekazu jest tak wielka, że wpływają one nie tylko na to, jak ludzie myślą, ale także o czym myślą. Dla wielu rzeczywistością jest to, co środki przekazu uznają za rzeczywiste; wszystko, czemu nie poświęcają uwagi, wydaje się pozbawione znaczenia” (a. 4). Jeśli tak jest, to oczywiście nieobecność Ewangelii w mass-mediach byłaby dla wielu jej obecnością w życiu. Niedostrzeżenie tego faktu byłoby dziś wielkim i trudno wybaczalnym grzechem zaniedbania ze strony Kościoła. A czy Kościół zawsze to rozumiał i należycie doceniał mass-media?

II. EWOLUCJA POSTAWY KOŚCIOŁA WOBEC MASS-MEDIÓW

1. Tradycyjne środki ewangelizacji

Kościół od zarania swoich dziejów starał się ewangelizować różnymi dostępnymi sposobami i środkami komunikacji międzyludzkiej. Na początku był to przede wszystkim przekaz ustny Ewangelii, a następnie pisemny. Innymi formami ewangelizacji były poprzez wieki: świadectwo życia chrześcijańskiego, działalność charytatywna, obrzędy sakramentalno-liturgiczne, modlitwa i śpiew kościelny, obrazy i symbole religijne, budowle i wnętrza kościołów, zwłaszcza malowidła ścienne (polichromie) o treści

² Tamże, s. 21.

³ T. Chromik, *Środki społecznego przekazu na tle duszpasterskich zadań i potrzeb Kościoła*. W: F. Adamski (red.), *Kościół a kultura masowa*, Kraków 1984 s. 76.

⁴ Por. J. Chrapek, *Współczesne sposoby komunikowania nowym wyzwaniem dla Kościoła*. W: tenże (red.), *Kościół a środki społecznego przekazu*, Warszawa 1990 s. 11-19.

biblijnej, nazywane swoiście *Biblia pauperum*, misteria i przedstawienia teatralne o tematyce religijno-chrześcijańskiej itp.

Warto tu zwrócić uwagę, że Pismo Święte było niedostępne ogółowi chrześcijan przez 15 stuleci. Istniało ono bowiem tylko w stosunkowo nielicznych manuskryptach. Ręcznie przepisywane znajdowało się głównie w instytucjach kościelnych i u osób zajmujących się jego treścią profesjonalnie.

Przełomowym wydarzeniem było wynalezienie druku, dzięki czemu mogło dojść do rozpowszechniania Pisma Świętego wśród coraz liczniejszych czytelników, począwszy od pierwszej drukowanej Biblii Jana Gutenberga z 1455 r., aż po dzień dzisiejszy, kiedy to księga Pisma Świętego osiągnęła już wprost niezliczoną ilość edycji na całym świecie.

Słowo mówione i drukowane było podstawowym sposobem przekazywania Ewangelii „wszystkim narodom” (Mk 16,15) aż do XX w. W miarę powstawania i rozwoju innych form i technik komunikowania społecznego, Kościół zaczął stopniowo wykorzystywać je dla swoich celów apostołskich. I tak kolejno powstawały mass-media: wielkonakładowa prasa (1814 r.), film (1895), radio (1896), telewizja (1927), komunikacja satelitarna (1960 r.).⁵

2. Ostrożna akceptacja nowoczesnych środków przekazu

Stosunek Kościoła do nowo powstających i funkcjonujących mediów masowych nie był od razu jednoznaczny. Można mówić o pewnej ewolucji postawy Kościoła wobec mass-mediów: od obojętności i nieufności poprzez krytyczną i ostrożną akceptację do coraz większego zainteresowania i zaangażowania się po stronie nowoczesnych technik społecznego komunikowania jako narzędzi i sposobów ewangelizacji współczesnego świata. Początkowo Kościół ograniczał się do potępiania złej prasy czy niemoralnych programów radiowych, a z czasem zaczął zachęcać do tworzenia dobrej prasy katolickiej i religijnych programów radiowych – w myśl Pawłowej zasady, by zło dobrem zwyciężać (por. Rz 12,21).

3. Dowartościowanie mass-mediów od Vaticanum II

Pierwszą encykliką, w której obszernie i najbardziej wyczerpująco została przedstawiona doktryna Kościoła o filmie, radiu i telewizji, była encyklika Piusa XII *Miranda prorsus* z 1957 roku. Stała się ona podstawą i inspiracją dla kolejnego dokumentu *Magisterium Ecclesiae*, jakim był dekret Soboru Watykańskiego II *Inter mirifica* z 1963 r., czyli Dekret o środkach społecznego przekazywania myśli. Warto podkreślić, że spośród 47 projektowanych dokumentów Sobór ostatecznie opracował tylko 16; wśród nich znalazł się także wspomniany dokument o mass-mediach. Świadczy to bez wątpienia o tym, że Kościół na Soborze dostrzegał ogromne znaczenie i rolę nowoczesnych środków społecznego komunikowania w ewangelizacji dzisiejszego świata.⁶

⁵ J. Chrapek – J. Góral, *Zarys historii ważniejszych wynalazków z dziedziny masowego komunikowania oraz wypowiedzi Kościoła na temat środków społecznego przekazu*. W: J. Chrapek (red.), *dz. cyt.*, s. 197–208.

⁶ K. Chudy, *Zainteresowanie Kościoła środkami audiowizualnymi*. W: F. Adamski (red.), *dz. cyt.*, s. 87.

Autorytatywna nauka Soboru, zawarta w dekrete *Inter mirifica*, stała się ważnym impulsem i drogowskazem dla Kościoła posoborowego. Realizacja odnośnych postulatów soborowych zaowocowała szeregiem poważnych inicjatyw i dokonań Kościoła w dziedzinie mass-mediów. Wymieńmy choć niektóre z nich.

Od 1964 r. działa Papieska Komisja ds. Środków Społecznego Przekazu, która wydała dotąd m.in. dwa obszerne dokumenty, zawierające aktualną doktrynę i wytyczne dla działalności Kościoła w dziedzinie mass-mediów. Pierwszy dokument to Instrukcja Duszpasterska *Communio et progressio* z 1971 r., a drugi – Instrukcja *Aetatis novae* z 1992 r.

Od 1967 r. obchodzony jest w całym Kościele katolickim Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu, z okazji którego papież ogłasza co roku specjalne Orędzie na ten temat, a Episkopaty poszczególnych krajów – specjalny List pasterski rozważający problematykę mass-mediów w danym Kościele lokalnym. Ogłoszony w 1983 r. nowy Kodeks Prawa Kanonicznego poświęcił wiele uwagi mass-mediom, podając w 9 kanonach obowiązujące cały Kościół zasady i dyrektywy praktyczne w tym zakresie. Watykańska Kongregacja Wychowania Katolickiego, w trosce o należyte i konieczne przygotowanie kleryków do właściwego rozumienia i stosowania mass-mediów w ich przyszłej działalności ewangelizacyjnej, wydała w 1986 r. obszerny dokument pt. „Wskazówki odnośnie do formacji przyszłych kapłanów w zakresie środków społecznego komunikowania”

W Kościołach lokalnych działają – zgodnie ze wskazaniami Soboru Watykańskiego II – specjalne Komisje Episkopatu ds. Środków Społecznego Przekazu, inspirujące i koordynujące działalność formacyjną i produkcyjną w tym zakresie na szczeblu diecezjalnym czy parafialnym. W okresie posoborowym powstało i działa także wiele instytucji i organizacji katolickich, których celem jest właśnie ewangelizacja poprzez mass-media. I tak np. funkcjonują katolickie agencje informacyjne, stowarzyszenia dziennikarzy oraz filmowców katolickich, wytwórnie filmów religijnych, wydawnictwa prasowe i książkowe, radiostacje i studia telewizyjne...

Po ogólnym wskazaniu na ogromną rolę mass-mediów w działalności ewangelizacyjnej Kościoła – spróbujmy teraz nieco konkretniej ukazać radio jako środek ewangelizacji. Powiemy najpierw krótko o istocie i zadaniach ewangelizacji, a następnie o głównych elementach strukturalnych ewangelizacji radiowej.

III. RADIO JAKO ŚRODEK EWANGELIZACJI

Jak już wyżej podkreśliliśmy, Kościół traktuje mass-media jako potężne środki, narzędzia czy sposoby ewangelizacji. W adhortacji apostołskiej *Evangelii nuntiandi*, poświęconej właśnie zagadnieniom współczesnej ewangelizacji, Paweł VI wyraża przekonanie, że skoro mass-media „wprzęgnięte w służbę ewangelizacji niezmiernie poszerzają zakres słuchania słowa Bożego i zanoszą orędzie zbawienia do milionów ludzi”, to „Kościół byłby winny przed Panem, gdyby nie używał tych potężnych pomocy” (a. 45), gdyby nie głosił Ewangelii na tej „współczesnej ambonie”, jaką są środki społecznego przekazu. Jednym z nich jest od blisko 100 lat radio.

Chrystus polecił apostołom głosić Ewangelię „na dachach” (Mt 10,27), czyli publicznie i całemu światu. W naszych czasach może się to realizować niemal dosłownie poprzez anteny radiowe czy telewizyjne na dachach milionów domów. Przypomnijmy więc krótko, co należy rozumieć przez ewangelizację.

1. Istota i zadania ewangelizacji

Warto nasamprzód zauważyć, że termin „ewangelizacja” pojawił się w teologicznym obiegu językowym dopiero w drugiej połowie XIX w. Ewangelizacją nazywano wówczas działalność protestanckich kaznodziejów wędrownych, a także popularyzację tekstów Biblii celem pozyskania nowych wyznawców religii protestanckiej.⁷ Z czasem zaczęto używać pojęcia „ewangelizacja” również w Kościele katolickim, określając nim na ogół głoszenie Ewangelii tym, którzy jej nie znają, a więc w krajach misyjnych, pogańskich. Mówiło się o ewangelizacji ludów niechrześcijańskich. Słowo „ewangelizacja” kojarzyło się przeważnie z misjami. W krajach zaś chrześcijańskich – zorganizowane i systematyczne głoszenie Ewangelii Chrystusowej nazywano jeszcze do niedawna kaznodziejstwem i katechezą.

Jednak termin „ewangelizacja” nie był często używany w Kościele katolickim. Być może wynikało to częściowo z nastawienia antyprotestanckiego. Kojarzyło się bowiem głównie z działalnością ewangelizacyjną protestantów, ewangelików. Dopiero ekumeniczny Sobór Watykański II stał się pod tym względem przełomem i zakończył okres kontreformacji. Stąd też i w jego oficjalnych dokumentach znalazło się określenie „ewangelizacja”

Pojęcie „ewangelizacja” występuje w dokumentach soborowych ok. 40 razy, ale jakby tylko okazjonalnie, bez dokładniejszego zdefiniowania, w różnych znaczeniach, zależnie od kontekstu. Z licznych wypowiedzi *Vaticanum II* o ewangelizacji wynika, że pod tym pojęciem rozumie Sobór najczęściej głoszenie (szerzenie) Ewangelii – i to zarówno w krajach chrześcijańskich jak i pogańskich (misyjnych), a także całą działalność zbawczą Kościoła: misyjną wśród niechrześcijan i duszpasterską wśród chrześcijan.

Szczególnej popularyzacji i dokładniejszego określenia terminu „ewangelizacja” dokonał Synod Biskupów 1974 r. Jego głównym tematem była właśnie ewangelizacja współczesnego świata. W „Schemacie przygotowawczym do Synodu Biskupów 1974 r.” stwierdza się, że termin „ewangelizacja” jest na ogół używany w czterech znaczeniach, jako:

- a) wszelka działalność Kościoła wpływająca na przeobrażenie świata zgodnie z planem Boga Stwórcy i Odkupiciela;
- b) spełnianie misji kapłańskiej, prorockiej oraz wykonywanie władzy w Kościele celem budowania go zgodnie z intencją Chrystusa;
- c) głoszenie i wyjaśnianie Ewangelii, zmierzające do rozbudzenia wiary wśród niechrześcijan oraz pielęgnowania jej wśród chrześcijan;
- d) wstępne głoszenie Ewangelii niechrześcijanom (tzw. kerygma).⁸

⁷ J. Krucina, *Wprowadzenie*. W: *Ewangelizacja*. Praca zbiorowa pod red. J. Kruciny, Wrocław 1980 s. 5.

⁸ Schemat przygotowawczy do Synodu Biskupów 1974 r., *Życie i Myśl* 24 (1974) nr 2 s. 2 n.

Podsumowaniem całości prac i osiągnięć tego Synodu jest adhortacja apostołska Pawła VI *Evangelii nuntiandi* (1975 r.). Papież zauważa w niej, iż ewangelizacja jest tak „bogata, wielostronna i dynamiczną rzeczywistością”, że nie da się jej w pełni i doskonale zdefiniować (por. a. 17). Tym niemniej decyduje się na następujące jej określenie: „Ewangelizacja jest tym samym, co zaniesienie Dobrej Nowiny do wszelkich kręgów rodzaju ludzkiego, aby przenikając je swą mocą od wewnątrz, tworzyła z nich nową ludzkość” (a. 18).

Trzeba zauważyć, że adhortacja *Evangelii nuntiandi* ujmuje ewangelizację w ścisłym związku z Chrystusem i Kościołem (por. a. 16). Stąd tytuł jej pierwszego rozdziału brzmi: „Od Chrystusa twórcy ewangelizacji, do Kościoła ewangelizującego”. Chrystus zapoczątkował ewangelizację, głosząc Królestwo Boże i Zbawienie (por. a. 8–10). Kościół, zrodzony z ewangelizacji Chrystusa, kontynuuje ją jako swoje fundamentalne zadanie (por. a. 15), bowiem „Kościół jest dla ewangelizacji, czyli po to, aby głosił i nauczał słowa Bożego” (a. 14). Przy czym „Kościół jako głosiciel Ewangelii zaczyna swe dzieło od ewangelizowania samego siebie” (a. 15). Czyni tak dlatego, „żeby mógł zachować swą świeżość, gorliwość i moc w głoszeniu Ewangelii” (tamże) tym, do których jest posłany, czyli wszystkim ludziom.

Tak więc adhortacja *Evangelii nuntiandi* pojmuje ewangelizację nie tylko jako werbalne głoszenie Ewangelii, lecz jako całą działalność zbawczą Kościoła we współczesnym świecie, działalność skierowaną do wiernych (*ad intra*) i do wszystkich ludzi (*ad extra*).⁹

Jako syntezę różnoaspektowych ujęć ewangelizacji można by uznać odnośną definicję z „Encyklopedii Katolickiej”, w której ewangelizację określa się jako „przepowiadanie świata Jezusa Chrystusa i jego Ewangelii w celu realizacji zbawienia człowieka; w sensie ścisłym oznacza przekazywanie chrześcijańskiego Objawienia Bożego niechrześcijanom przez misje w celu chrystianizacji całej ludzkości (Dz 21,5; 2 Kor 5,17; Ga 6,15) i przemiany jej mentalności (KDK 53); w znaczeniu szerszym – działalność apostołską całego Kościoła pośredniczącą w przekazywaniu rzeczywistości nadprzyrodzonej w sensie werbalnym (posłannictwo słowa Bożego) i realnym (udzielanie sakramentów w ramach kapłaństwa wspólnego i hierarchicznego) poparte świadectwem własnego życia chrześcijańskiego i stosowaniem różnych form oddziaływania duszpasterskiego”¹⁰.

W powyższej definicji zostały zintegrowane główne elementy występujące w różnych innych definicjach, takie jak werbalne głoszenie, świadectwo życia, zbawcze dzieło, Ewangelia Chrystusa, sakramentalno-liturgiczna, charytatywna i wszelka inna działalność Kościoła. Dodajmy, że przytoczona definicja encyklopedyczna ewangelizacji rozróżnia dwa jej typy: misyjną wśród niechrześcijan i duszpasterską wśród chrześcijan. Ostatnio mówi się też o trzecim typie: reewangelizacji, powtórej ewangelizacji czy też nowej ewangelizacji¹¹ osób i społeczeństw zdechrystianizowanych.

⁹ Por. J. Krucina, *Ewangelizacja odnowione imię całej działalności Kościoła*. W: *Ewangelizacja, dz. cyt.*, s. 55–76.

¹⁰ A. Szafranski – F. Zapłata, *Ewangelizacja*. W: *Encyklopedia Katolicka*, t. 4, s. 1436.

¹¹ Zob. A. Lewek, *Nowa ewangelizacja w duchu Soboru Watykańskiego II*, t. 1–2, Katowice 1995.

Wszystko, co dotąd powiedzieliśmy o ewangelizacji, o jej istocie i zadaniach, odnosi się także do ewangelizacji radiowej – oczywiście z określonymi ograniczeniami. W radiu bowiem ewangelizacja polega głównie na werbalnym przekazie treści ewangelicznych, przekazie wzbogaconym również formami akustycznymi, jak np. religijną muzyką czy śpiewem. Poza tym ewangelizację radiową specyfikują jej poszczególne elementy strukturalne, o których – poniżej.

2. Elementy strukturalne ewangelizacji radiowej

Ewangelizacja radiowa jest procesem komunikacji społecznej, w której ktoś – komunikuje coś – komuś lub z kimś. Mamy więc nadawcę, odbiorcę i treść ewangelizacji, a także jej formę, sposób czy metodę.

Co do nadawcy – pytamy, kim on jest, jakim powinien być? Nadawcą czyli podmiotem ewangelizacji radiowej są, ogólnie mówiąc, reprezentanci Kościoła – duchowni i świeccy. W praktyce zaś są to etatowi pracownicy radia katolickiego czy też różne zaproszone osoby. Od ich kwalifikacji zależy niewątpliwie poziom i efekt przekazu ewangelizacyjnego.

Rodzi się pytanie: jaki jest idealny ewangelizator radiowy, jakimi cechami musi się on odznaczać? Otóż każdy ewangelizator – zarówno ten na ambonie i w sali katechetycznej, jak i ten w mass-mediach – musi mieć przede wszystkim jedną zasadniczą dyspozycję: głębokie zaangażowanie osobiste i egzystencjonalne, które wyraża się w czterech wymiarach:

- a) w autentycznej wierze i miłości Boga (wymiar religijny),
- b) w służbie człowiekowi, Kościołowi i Ojczyźnie (wymiar humanitarny i eklezjalny),
- c) w solidnym przygotowaniu treści przekazu ewangelicznego (wymiar merytoryczny),
- d) w jak najbardziej odpowiednim sposobie przekazu radiowo-ewangelizacyjnego (wymiar formalno-metodyczny).

Dodajmy, że wciąż aktualny jest postulat odpowiedniej formacji i podnoszenia kwalifikacji tych, którzy prowadzą ewangelizację radiową. Obecne sympozjum ma właśnie to na celu.

Drugi element strukturalny ewangelizacji radiowej – to słuchacze, odbiorcy, audytorium. Jest ono niezwykle zróżnicowane co do wieku i zawodu, co do poziomu wykształcenia i moralności, co do poglądów i postaw życiowych, co do religijności, wiary lub niewiary. Ewangelizator radiowy musi mieć świadomość, że mogą go słuchać zarówno głęboko wierzący, jak i indyferentni religijnie, wątpiący lub nawet ateści. Stąd rodzi się właśnie problem, co i jak przekazać w radiowym programie religijnym, by trafić z Ewangelią do wszystkich słuchaczy? I tu dotykamy już kolejnych elementów strukturalnych ewangelizacji radiowej: jej treści i sposobów form, czy metod.

Co do treści – wiadomo, że ma to być Ewangelia, nauka Kościoła, chrześcijańskie Credo i Dekalog. W praktyce zaś są to zazwyczaj tylko wybrane zagadnienia i tematy chrześcijańskie. Oczywiście zależy to od możliwości czasowych i kadrowych w danej radiostacji: inaczej będzie w krótkotrwałych programach religijnych w radiu publicznym, a inaczej w

całodziennych programach katolickiej rozgłośni radiowej, gdzie można emitować modlitwy, nabożeństwa i katechezy dla wierzących, jak i dyskusje światopoglądowe i ekumeniczne dla wątpiących, niewierzących czy inaczej wierzących.

Nie wnikając tutaj w szczegółowe treści ewangelizacji radiowej, należy wskazać na jedną podstawową zasadę czy postulat: otóż powinny to być treści, tematy, problemy, oczekiwania, pytania i potrzeby jak najszerszych kręgów społeczeństwa polskiego, a nie tylko praktykujących katolików. Musi to być ewangelizacja otwarta na świat i problemy współczesnego człowieka.

Pewnym wzorem, przykładem i modelem takiej ewangelizacji, jej treści i metod, jest soborowa Konstytucja duszpasterska o Kościele w świecie współczesnym *Gaudium et spes*, gdzie w świetle Ewangelii są przedstawiane, wyjaśniane i rozwiązywane różne ważne problemy dzisiejszego człowieka, społeczeństwa i świata, a więc ekumeniczne i polityczne, kulturowe i społeczne, moralne i religijne.

Wydaje się, że o ile ewangelizacja kaznodziejska może koncentrować się i wzorować bardziej na soborowych Konstytucjach o Kościele, o Objawieniu, o liturgii, to ewangelizacja radiowa, skierowana do różnych radiosłuchaczy, winna naśladować Konstytucję *Gaudium et spes* – zarówno jej treść i tematykę, jak i metody. A jakie są to metody?

Odpowiadając na to pytanie dotykamy czwartego elementu strukturalnego ewangelizacji radiowej i stwierdzamy, że są to przede wszystkim metody indukcji, dialogu i osobistego świadectwa.

Metoda indukcji, czyli wprowadzenia, polega w *Gaudium et spes* na tym, że cała część pierwsza tejże Konstytucji soborowej przedstawia i analizuje „sytuację człowieka w świecie dzisiejszym”, jego problemy i pytania, oczekiwania i potrzeby, radość i nadzieję (stąd tytuł *Gaudium et spes*). I na te pytania i potrzeby odpowiada potem Sobór, głosząc Ewangelię o Bogu, o człowieku, o zbawieniu w Chrystusie. Podobnie ewangelizacja radiowa musi uwzględniać, znać i rozwiązywać problemy egzystencjalne, duchowe i moralne swoich adresatów. Oczywiście ma ona nie tylko odpowiadać na pytania ludzi, ale sama stawiać im też pytania, np. o sens i cel życia człowieka, często zagubionego w nihilistycznym świecie, czy też pytanie o konsekwencje doczesne i wieczne życia bez Boga, bez Dekalogu, bez prawego sumienia.

Stawianie pytań i odpowiadanie – to po prostu dialog, dyskusja. I ta metoda soborowa w *Gaudium et spes* jest szczególnie wskazana i pożądana w ewangelizacji radiowej. Chodzi o dialog Kościoła i świata, o podejmowanie dyskusji światopoglądowych, polityczno-moralnych czy ekonomiczno-moralnych, a także dotyczących problematyki społecznej. I tu w ewangelizacji radiowej jest szczególnie miejsce i pilna potrzeba, by przedstawiać naukę społeczną Kościoła, bo – jak stwierdził Jan Paweł II w encyklice *Centesimus annus* (a.5) – „głoszenie nauki społecznej Kościoła (...) stanowi istotną część orędzia chrześcijańskiego”, czyli istotny element ewangelizacji, także radiowej.

Na koniec podkreślmy, że oprócz metody indukcji i dialogu, potrzeba dziś w ewangelizacji radiowej szczególnie przekonującej i skutecznej metody osobistego świadectwa ewangelizatora. Polega ona na świadczeniu o Bogu i

o zbawieniu w Chrystusie nie tylko werbalnie, ale niejako doświadczalnie. Ma to być świadczenie z doświadczenia. Bo – jak stwierdził papież Paweł VI i niejednokrotnie powtórzył Jan Paweł II – „człowiek naszych czasów chętniej słucha świadków, anieli nauczycieli, a jeśli słucha nauczycieli, to dlatego że są świadkami” (*Evangelii nuntiandi* 41).

Pozostaje więc życzyć sobie i radiosłuchaczom w Polsce, by ewangelizację radiową prowadzili świadkowie wiary i Chrystusa, przekonani i doświadczeni chrześcijanie, mądrzy, roztropni i gorliwi ewangelizatorzy, wysoko wykwalifikowani dziennikarze katoliccy. Niechaj w osiąganiu tych kwalifikacji pomogą rozwijające się pręźnie od 1992 r. studia teologiczno-dziennikarskie w naszej uczelni (ATK),¹² a także obecne sympozjum poświęcone ewangelizacji radiowej.¹³

Ks. Antoni Lewek, ur. 1940 r., prof. zw. dr hab., kapłan archidiecezji poznańskiej, kanonik honorowy Kapituły Archikatedralnej w Poznaniu, kierownik Katedry Homiletyki i kurator Katedry Teologii Środków Społecznego Przekazu w ATK, przewodniczący Sekcji Homiletów Polskich, członek Arbeitsgemeinschaft für Homiletik, wykładowca homiletyki w Wyższym Seminarium Duchownym w Łodzi, znany animator kultu męczennika i kandydata na ołtarze, ks. Jerzego Popiełuszki († 1984), autor ok. 250 publikacji naukowych i innych, w tym następujących książek: *W 25-lecie Akademii Teologii Katolickiej*, Warszawa 1979; *Współczesna odnowa kaznodziejstwa*. T. 1; *Z najnowszych dziejów ruchu homiletycznego*. T. 2; *Zarys homiletyki ogólnej*, Warszawa 1980; *Funkcja kerygmatyczna Kościoła według Vaticanum II. Istota i zadania*. T. 1–2, Warszawa 1984; *Bóg-człowiek-Ojczyzna. Kazania wygłaszane w kościele Św. Stanisława Kostki w Warszawie*. T. 1–6, Warszawa 1985–1990; *Męczennik prawdy i nadziei. Ks. Jerzy Popiełuszko*, Warszawa 1986; *Ks. Jerzy Popiełuszko. Symbol ofiar komunizmu*, Warszawa 1991 (to samo w wersji ang., franc., niem. i wł.); *Nowa ewangelizacja w duchu Soboru Warykańskiego II*. T. 1–2, Katowice 1995.

Die Massenmedien im Dienst der Evangelisierung

Zusammenfassung

Der Verfasser stellt zuerst fest, dass der erstaunliche Fortschritt auf dem Gebiet der elektronischen Massenmedien im XX. Jahrhundert einen Anfang der neuen Zivilisation und der neuen kulturellen Epoche bedeutet. Die modernen audiovisuellen Medien sprechen den heutigen Menschen und die zeitgenössische Gesellschaft mit einer totalen Sprache an. Die Massenmedien bilden einen neuen Menschen – einen mit der eigenartigen Mentalität und Lebenshaltung. Die enorme Auswirkung der Medien auf die Menschen – auf ihr Denken und ihr Tun – ist auch eine Herausforderung für die Kirche und ihre Tätigkeit in der Welt von heute. Seit dem Zweiten Vatikanischen Konzil ist die Kirche immer mehr bewusst dessen, dass sie die Massenmedien als ein neuzeitlicher Ambo betrachten und benutzen muss.

¹² Zob. tenże, *Studia teologiczno-dziennikarskie w ATK*, Pismo Okólne (Biuletyn Informacyjny Episkopatu Polski) 25 (1992) nr 22 s. 8–10.

¹³ Zob. także K. Jockwig, *Ewangelia w Radiu RFN*, Materiały Problemowe 12 (1980) nr 11 s. 129–137

Im folgenden Abschnitt des Aufsatzes schreibt der Verfasser über das Radio als Mittel der Evangelisierung. Im einzelnen überlegt er die strukturellen Elemente der Evangelisierung im Rundfunk, und zwar die Hauptelemente einer Kommunikation: „wer“, „wem“, „was“ und „wie“ der Evangelisierung im Radio.

Antoni Lewek