

Ks. prof. dr hab. Antoni Lewek

UKSW – WSD

JAN PAWEŁ II - *PAPIEŻ MEDIÓW*

Jan Paweł II okazał się pierwszym w dziejach Kościoła charyzmatycznym *Papieżem mediów*. Między Nim i dziennikarzami istniała bezprecedensowa więź. Nazywał ich swymi przyjaciółmi. Oni zaś chętnie „współpracowali” z Nim jako osobą niezwykle komunikatywną, medialną i wywołującą powszechne zainteresowanie. Szczególnym przejawem głębokiej więzi i wzajemnej przyjaźni było wzruszające zachowanie się ludzi mediów w dniach Jego odchodzenia do Domu Ojca¹.

Ze swej strony zaś Jan Paweł II pozostawił dziennikarzom jakby ojcowski testament w postaci bardzo wielu pouczeń o ideałach i zasadach etycznych dziennikarstwa oraz konkretne wskazówki co do ich realizacji. One właśnie są zawarte w niniejszym zbiorze papieskich tekstów. Jest ich mnóstwo! Stanowią ogromne bogactwo treściowe! By je łatwiej ogarnąć i pojąć, spróbujmy w niniejszym wprowadzeniu wskazać najbardziej znamienne cechy osobowości naszego *Papieża mediów* oraz główne wątki Jego nauczania o mediach i dziennikarstwie.

I. Światowy fenomen Polaka-Papieża

Już sam wybór kardynała Karola Wojtyły na papieża w 1978 roku stał się prawdziwą sensacją światową. Był to bowiem niespotykany dotąd ewenement w dziejach Kościoła. Oto po raz pierwszy w historii na Stolicy Piotrowej zasiadł Papież słowiański, Papież-Polak. Jedni byli zdumieni tym wyborem, inni rozczarowani, a inni pełni szczęścia i nadziei, że będzie to wspaniały i wielki Papież.

Rzeczywiście okazał się niezwykle, wprost fenomenalnym i charyzmatycznym następcą św. Piotra na Watykanie. Gdy udawał się w swą pierwszą podróż apostolską do Stanów Zjednoczonych, czołowe gazety amerykańskie pisały na tytułowych stronach: *Ameryka wita największego człowieka naszych czasów*. Był też ogłaszany Człowiekiem Roku, czyli najbardziej znanym i cenionym.

Spośród wszystkich dotychczasowych papieży Jan Paweł II wyróżniał się zwłaszcza tym, że odbywał wielkie podróże ewangelizacyjne po wszystkich kontynentach świata. Okazał się największym misjonarzem chrześcijańskim wszech czasów. Odnośne statystyki są wprost fantastyczne i oszałamiające: odbył 104 zagraniczne podróże apostolskie; przemierzył milion 250 tysięcy kilometrów, czyli jakby 30 razy okrążył kulę ziemską; odwiedził i ewangelizował ludzi w 130 krajach świata; przemawiał do milionów (np. w papieskiej Mszy św. w Manili na Filipinach uczestniczyło 4 miliony osób!); wygłosił ponad 20 tysięcy kazań; odbył około 1200 audiencji generalnych w Watykanie z udziałem 18 milionów osób.

Prawie wszędzie budził Jan Paweł II powszechne zainteresowanie i entuzjazm. Nie tylko katolicy, ale większość ludzi dobrej woli, także młodzi podziwiali go, słuchali, oklaskiwali i po prostu pokochali. Owszem, w krajach muzułmańskich czy w niektórych zlaicyzowanych społecznościach Europy Zachodniej spotykał się także z obojętnością lub

¹ Zob. L. Dyczewski, A. Lewek, J. Olędzki (red.), *Odchodzenie Jana Pawła II do Domu Ojca w polskich mediach*, Katowice 2008 ss. 544.

nawet wrogością. Zarzucano Mu konserwatyzm i tradycjonalizm. Krytykowano za to, że nie godzi się na aborcję, eutanazję, antykoncepcję, święcenia kapłańskie kobiet, zniesienie celibatu itp. Zdarzało się jednak, że przed przybyciem do danego kraju jako pielgrzym był ignorowany, a po przybyciu tam, w bezpośrednim spotkaniu potrafił ludzi zafascynować swą kulturą ducha, szlachetną osobowością, religijną mądrością i autentycznym humanizmem.

Typowy przykład takiej ambiwalentnej postawy wobec papieża - to Niemcy, kraj od Reformacji bardzo krytyczny wobec papieża w ogóle. Gdy w roku 1980 Jan Paweł II miał przybyć z pierwszą wizytą do tego kraju, przeprowadzono badania socjologiczne, z których jasno wynikało, że zdecydowana większość Niemców, a zwłaszcza młodzież, nie przewidywała żadnych pozytywnych i pożądaných owoców tej wizyty. Dlatego uważano, że pieniądze wydawane na organizację pielgrzymki papieskiej należałoby przeznaczyć na inne cele. Tymczasem po wizycie Jana Pawła II w Niemczech wyniki badań były diametralnie inne: negatywne głosy zniknęły niemal całkowicie i tylko 3% młodych katolików niemieckich nie uznało tej wizyty za wydarzenie pozytywne².

Wynika stąd wniosek, że osobisty urok Jana Pawła II i siła oddziaływania jego charyzmatycznej osobowości były tak wielkie, że potrafiły odmieniać postawy ludzi nawet negatywnie do niego usposobionych. Dodajmy, że miało to szczególne znaczenie w Niemczech, gdzie od czasów Reformacji wciąż kwestionowano instytucję papieża, uważając ją za zbyteczną i anachroniczną³. Właśnie światowy fenomen Papieża Jana Pawła II przyczynił się w dużym stopniu do uznawania papieża za coś pożytecznego nie tylko dla Kościoła, ale i dla świata.

Jan Paweł II stał się niewątpliwie najpopularniejszym i najsłynniejszym człowiekiem na świecie – a także wielkim autorytetem moralnym, religijnym i społecznym. Żaden papież w dziejach Kościoła nie był tak często pytany i słuchany przez opinię światową. Nic dziwnego, że same przemówienia i dokumenty Jana Pawła II obejmują około 60 grubych tomów, liczących blisko 100 tysięcy stron druku – to doprawdy istna kopalnia wiedzy i nauki papieskiej o różnych sprawach Bożych i ludzkich, kościelnych i światowych, religijnych i społeczno-politycznych, a także medialno-dziennikarskich!

Imieniem Jana Pawła II nazwano już dotąd tysiące ulic, placów, szkół, instytucji i organizacji społecznych. Wzniesiono wiele jego pomników. Fotografie z podobizną słynnego i lubianego Papieża-Polaka znalazły się w milionach domów. Jest bodaj rekordem świata (nie wiadomo, czy w Księdze Rekordów Guinnessa odnotowanym) – owa niezliczona ilość przeróżnych zdjęć Jana Pawła II na pocztówkach, w albumach czy w prywatnych zbiorach. Wciąż rośnie też liczba filmów, książek, płyt, a nawet komiksów, przedstawiających tę niezwykłą Postać.

Źródłem wielkości i sławy Polaka-Papieża w świecie stał się jego głęboki humanizm, postawa otwarcia i dialogu wobec wszystkich ludzi, postawa ekumeniczna wobec wyznawców innych religii, w tym szczególnie judaizmu. Ogromny aplauz zyskał przez skuteczne działania na rzecz pokoju, rozwoju kultury duchowej i cywilizacji miłości w skłóconym świecie współczesnym.

Znany włoski pisarz i publicysta, Vittorio Messori w artykule *Strategia Papieża*⁴, napisał, że zasadą strategiczną Jana Pawła II była z jednej strony maksymalna otwartość na każdego człowieka, nie wykluczając innowierców i ateistów, postawa dialogu ze współczesnością, a z drugiej – trwała wierność moralnym zasadom i tradycji katolickiej Kościoła. Dlatego jedni nazywali go progresistą, inni konserwatystą. W rzeczywistości starał się i potrafił być jednym i drugim.

Światowa sława Jana Pawła II wypływa również stąd, że został uznany za głównego pogromcę komunizmu. Oto bowiem swą pierwszą wizytą papieską w Polsce w 1979 roku tchnął w swoich rodaków nowego ducha i zapoczątkował wielki ruch społecznej odnowy

² Der „Medienpapst”. Statements von Gerd Bacher i in., „Communicatio Socialis” 38(2005) z.3 s. 287.

³ Tamże, s. 282.

⁴ V. Messori, *Strategia Papieża*, „L'Osservatore Romano” 2003 nr 9 s. 37.

„Solidarność”, a w latach jej niszczenia przez komunistów wspierał ją swymi mądrymi pouczeniami i modlitwą. Jak powszechnie wiadomo, sam przywódca radziecki Michaił Gorbaczow przyznał publicznie, że bez Papieża Wojtyły nie doszłoby do tak szybkich i radykalnych przemian ustrojowych w świecie komunistycznym⁵. Stąd też słusznie pojawiały się po śmierci Jana Pawła II tytuły prasowe w rodzaju: *Apostoł wolności. Ten papież przeobraził świat*⁶; *Odnowił oblicze Ziemi. Tej Ziemi*⁷; *Odszedł nasz Ojciec, nasz Tata. Polska żegna człowieka, który przerósł wszelkie autorytety i stał się fundamentem naszej zbiorowej świadomości narodowej*⁸; *Kościół po i przed erą Jana Pawła II*⁹. A w tygodniku „Wprost”¹⁰ redaktor naczelny swój artykuł wstępny zatytułował z emfazą: *Nieśmiertelny. Pokolenia spadkobierców dzieła wielkiego papieża Jana Pawła II żyć będą do końca świata*.

Apogeum powszechnego podziwu i uznania, miłości i wprost kultu Jana Pawła II jako fenomenalnego Człowieka i Papieża było to, co działo się w ostatnich dniach Jego ziemskiego życia oraz śmierci i pogrzebu. Czegoś takiego nie było jeszcze nigdy w dziejach ludzkości: tysiące dziennikarzy towarzyszących umierającemu Papieżowi, kilka milionów ludzi z całego świata uczestniczących osobiście w jego pogrzebie na Watykanie, około 200 prezydentów, premierów i oficjalnych delegacji państwowych z całego świata. A transmisje telewizyjne i radiowe oraz relacje prasowe z dni umierania i pogrzebu Jana Pawła II odbierały miliardy ludzi na całej kuli ziemskiej. Mówiono więc i pisano, że był to „największy pogrzeb w dziejach świata”¹¹.

Dlaczego tak się działo? Bo Jan Paweł II był światowym fenomenem. Był *Papieżem Tysiąclecia* (tak go nazwał nawet niemiecki tygodnik o nastawieniu antypapieskim „Der Spiegel” 2005 nr 13, opatrując stronę tytułową zdjęciem Jana Pawła II z nagłówkiem *Nieśmiertelny*). Był - mówiąc najkrócej i najprościej - papieżem wielkim i świętym. Te dwa przymiotniki powtarzały się najczęściej w tytułach medialnych po Jego śmierci: Jan Paweł II Wielki i Święty (*Santo subito* - kanonizowany przez aklamację ludu Bożego).

Na tak znakomite tytuły zasłużył sobie Jan Paweł II przez charyzmatyczne cechy swej osobowości, przez nadzwyczajne rezultaty swej działalności i przez świętość swego heroicznego życia. Takim był i takim też pokazywano go w mediach podczas pamiętnych dni kwietniowych 2005 r.

Jan Paweł II był także „gwiazdą mediów”, ulubionym tematem relacji medialnych z Watykanu i z podróży papieskich po świecie. Otrzymał tytuł *papieża mediów*, gdyż jako pierwszy spośród następców św. Piotra okazał się najlepszym znawcą, przekonany zwolennikiem i zarazem ulubieńcem mediów, wygłosił najwięcej przemówień do dziennikarzy, których nazywał swymi przyjaciółmi, a dzięki wrodzonym talentom retorycznym, aktorskim i komunikacyjnym, został uznany za papieża najbardziej medialnego.

II. Jan Paweł II – charyzmatyczny *Papież mediów*

Ten tytuł wyraża przede wszystkim bardzo głębokie zaangażowanie Jana Pawła II w poznawanie, wspieranie i wykorzystywanie mediów we współczesnym świecie, a zwłaszcza w Kościele. Tytuł ten nadano mu również dlatego, że spośród wszystkich papieży Jan Paweł II wydał najwięcej tekstów poświęconych mediom i dziennikarstwu, a poza tym on sam stał się wybitną i słynną postacią medialną, występując niezliczoną ilość razy w mass-mediach -

⁵ Zob. J. O’Sullivan, *Prezydent Papież Premier. Oni zmienili świat*, Warszawa 2007.

⁶ „Newsweek Polska” 2005 nr 14 s. 20.

⁷ Tamże, s. 1,

⁸ Tamże, s. 14.

⁹ Tamże, s. 27.

¹⁰ 2005 nr 14 s. 3.

¹¹ Zob. np. „Rzeczpospolita” 6 IV 2005, s. 4.

jako papież nauczający, pielgrzymujący, głoszący Ewangelię Chrystusa i naukę społeczną Kościoła.

Jak wiadomo, stosunek Kościoła do mediów masowych, powstających i rozwijających się od XIX wieku, był początkowo obojętny i krytyczny. Papieże ówcześni zazwyczaj tylko potępiali prasę libertyńską i antykościelną, ostrzegali wiernych przed gorszącymi filmami i wydawali indeksy książek zakazanych. Dość szybko jednak spostrzegli, że nie wystarczy potępiać złe (niemoralne i heretyckie) media, lecz trzeba czym prędzej stworzyć dobrą prasę katolicką, interesujące filmy religijne, własne radiostacje kościelne. I dlatego już w roku 1850 zaczęło się ukazywać w Rzymie pierwsze czasopismo katolickie „La Civiltà Cattolica”, a następnie radiostacja watykańska w 1931, watykańska telewizja w 1983 oraz portal internetowy Stolicy Apostolskiej w 1991.

W roku 1957 papież Pius XII wydał pierwszą encyklikę poświęconą w całości środkom społecznego przekazu, a 6 lat później Sobór Watykański II ogłosił specjalny dokument *Inter mirifica*, w którym stanowczo postulował wspieranie i rozwój nowoczesnych mediów jako niezbędnych dziś narzędzi ewangelizacji. Z kolei papież Paweł VI w adhortacji apostolskiej *Evangelii nuntiandi* z 1975 r. napominał, że Kościół byłby winny przed Bogiem, gdyby zaniedbał wykorzystanie nowoczesnych mass-mediów do głoszenia Ewangelii. Również watykańska instrukcja pastoralna *Aetatis novae* z 1992 r. podkreśla, że potęga mediów i siła ich oddziaływania jest tak wielka, że decydują one dzisiaj o tym, co ludzie myślą i jak myślą, uznając za ważne i godne uwagi tylko to, co jest obecne w mediach. Skoro tak się dzieje, to Ewangelia nieobecna w mediach, byłaby też nieobecna w myślach wielu współczesnych ludzi, odbiorców przekazu medialnego. Dlatego Kościół musi koniecznie popierać i wykorzystywać media do ewangelizacji.

Jan Paweł II miał pełną świadomość tego, że nowoczesne media stanowią potężną siłę oraz narzędzie kształtowania człowieka i społeczeństwa, ich mentalności i postaw moralnych, ich poglądów i życia. Dlatego starał się usilnie, by służyły one jak najskuteczniej celom ewangelizacyjnym, by rozwijała się w Kościele dobra teoria (teologia) mass-mediów oraz praktyczne ich funkcjonowanie w służbie prawdy i dobra człowieka, w służbie Kościoła i ludzkości. Wspierał więc wszelkie inicjatywy i działania kościelne na rzecz rozwoju mediów katolickich: prasy, radia, telewizji, a ostatnio Internetu. Sam ogłaszał corocznie Orędzie na Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu, przemawiał do ludzi mediów podczas specjalnych spotkań z nimi przy różnych okazjach, udzielał dziennikarzom wywiadów prasowych, radiowych czy telewizyjnych, głównie podczas licznych podróży apostolskich po świecie.

Dzięki tak zdecydowanej i jasnej postawie papieża, wspierającego i dowartościowującego nowoczesne media jako narzędzia ewangelizacji, działały i prężnie rozwijały się watykańskie ośrodki nauki¹² i praktyki medialno-dziennikarskiej, takie jak: Papieska Rada ds. Środków Społecznego Przekazu (działa od 1964 r.), watykańskie Biuro Prasowe (miejsce spotkań i pracy kilkuset akredytowanych dziennikarzy z całego świata), dziennik „L'Osservatore Romano” (istnieje od 1861, wydawany w 6 językach), Radio Watykańskie (funkcjonuje od 1931, audycje emituje w ok. 40 językach, jest słuchane w ok. 170 krajach), Watykańskie Centrum Telewizyjne (CTV - założone w 1983 r.) oraz Watykańskie Centrum Internetowe (założone w 1991 r.). Dla podkreślenia ważnej roli Internetu w Kościele, Ojciec Święty Jan Paweł II wysłał drogą elektroniczną, właśnie przez Internet, zaaprobowany w 2001 roku oficjalny dokument synodalny do Kościołów w Azji i Oceanii.

Tytuł *Papież mediów* oznacza również to, że Jan Paweł II był niezwykle utalentowanym człowiekiem mediów; był osobowością medialną, telewizyjną i bardzo komunikatywną. W jednym z czasopism amerykańskich napisano, że Jan Paweł II miał idealne rozmiary i rysy

¹² Zob. G. Deussen, „*Anthropologische Wende*” in der kirchlichen Soziallehre zur Massenkommunikation. Der Beitrag von Past Johannes Paul II, „*Communicatio Socialis*” 18(1985)nr 2 s. 94-115.

twarży, klasyczny kształt głowy i piękną barwę głosu – z tonacją głęboką, czysto brzmiącą i dobitnie przekonującą.

Znał i umiał wykorzystywać różne sposoby tzw. niewerbalnej komunikacji z ludźmi, a więc odpowiednią gestykulację (ruchy rąk i głowy), mimikę twarzy, kontakty wzrokowe, efekty głosowe (akcentowanie, barwa i natężenie głosu, rytmiczność mówienia, westchnienia, pomruki). Potrafił też pięknie śpiewać, sympatycznie się uśmiechać, żartować, prowadzić swobodnie dialog ze swoimi słuchaczami nawet podczas wielkich zgromadzeń, wzbudzać radość wśród nich, stwarzać nastrój zabawy, jak choćby wymachując kijem spacerowym czy robiąc śmieszne miny. Takie cechy osobowe, zachowania i zdolności komunikacyjne świadczą właśnie o talencie medialnym, telewizyjnym Jana Pawła II. Programy z taką osobą mogły być atrakcyjne i chętnie emitowane.

Inną cechą medialną Ojca Świętego Jana Pawła II była umiejętność improwizowania i inscenizowania podczas spotkań z rzeszami wiernych – dorosłych, młodzieży lub dzieci. Klasycznym przykładem, znanym zwłaszcza nam Polakom, były wieczorne dialogi, przekomarżanie się i żartobliwe rozmowy z młodzieżą pod oknem na ulicy Franciszkańskiej w Krakowie, albo słynne wspomnienia o kremówkach i dowcipne wypowiedzi Ojca Świętego wobec rzeszy zgromadzonych na rynku w Wadowicach.

Niezapomniane pozostaną również oryginalne zachowania i spektakularne gesty papieża, chętnie pokazywane i po prostu idealne dla telewizji, jak na przykład: pocałowanie ziemi (uczynił to w 73 krajach) na znak powitania i uмиłowania Ojczyzny bądź szacunku dla odwiedzanego kraju, modlitwa wraz z włożeniem kartki w szczelinę żydowskiej Ściany Płaczu w Jerozolimie, wizyta w synagodze żydowskiej w Rzymie, przebaczące spotkanie w rzymskim więzieniu ze swoim niedoszłym mordercą Mehmedem Ali Agcą.

Obserwatorzy i komentatorzy życia Jana Pawła II podkreślają ponadto, że miał on niezwykłą łatwość i odwagę komunikowania się z dziennikarzami, nie zawsze bezkrytycznymi wobec Niego, a nieraz nawet napastliwymi. Nie odczuwał przed nimi żadnego lęku ani obawy¹³. To pomagało im nawiązywać bliższy kontakt z Papieżem i robić programy medialne o Nim samym lub z Nim o sprawach i problemach Kościoła czy świata. Szczególnym zresztą mottem wystąpień Jana Pawła II od początku pontyfikatu były słowa zachęty: *Nie lękajcie się przyjąć Chrystusa!*

Trzeba jednak pamiętać, że dla dziennikarzy spoza kręgu kultury chrześcijańskiej zarówno osoba jak i nauki Jana Pawła II były często czymś obcym lub niezupełnie zrozumiałym, a dla mediów liberalnych i laickich czymś kwestionowanym lub negowanym. Niektórzy z tych dziennikarzy traktowali Papieża jako postać fascynującą i fenomenalną, ale raczej tylko jako aktora i gwiazdę medialną, aniżeli jako ewangelizatora i religijny autorytet. Papież zdawał sobie z tego sprawę i dlatego starał się być dla nich interesującym źródłem informacji i żywej komunikacji prawdy o Bogu i Kościele, o chrześcijaństwie i katolicyzmie, o wartościach religijnych i papieżstwie.

Nawet więc dziennikarze niewierzący, słysząc jego kazania podczas transmitowanych wielkich Mszy św. papieskich lub jego spontaniczne odpowiedzi podczas spotkań z ludźmi mediów, dowiadywali się bardzo wiele o Bogu i o człowieku w planach Bożych. Dzięki tym licznym spotkaniom, rozmowom i wywiadom z Janem Pawłem II - jak ktoś powiedział - „dziennikarze wywieździeli się już dokładnie o Bogu, tylko nie wiedzą jeszcze, gdzie On mieszka”¹⁴. Dodajmy żartobliwie, że gdyby znali to miejsce zamieszkania, na pewno by się tam udali, by zrobić sensacyjny *news* i spektakularny program medialny!

Mówimy o osobowości medialnej Jana Pawła II, o jego komunikatywności, o jego szerokiej otwartości na drugiego człowieka i na media. Wśród różnych spektakularnych gestów i naturalnych zachowań Papieża, świadczących o tym, że nie jest on człowiekiem sztywnym, zamkniętym, niedostępnym, ponurym i hieratycznym, można wymienić między

¹³ E. von Gemmingen, *Medienpapst und Papstmedien. Johannes Paul II. und die Vatikanmedien*, „Communicatio Socialis” 38(2005) nr 3 s. 263.

¹⁴ *Der „Medienpapst”*, art. cyt., s. 283.

innymi: zaproszenia indywidualnych osób z różnych kręgów na poranną Mszę św. w kaplicy papieskiej, na wspólny posiłek i na liczne audiencje prywatne, a także pozornie drobne gesty, jak na przykład: przytulenie i pocałunek dziecka, wzięcie go na ręce, położenie dłoni i znaku krzyża na czole kobiety czy mężczyzny, włożenie na swą głowę kapelusza indiańskiego lub założenie tradycyjnego stroju danej społeczności, z którą w ten sposób Papież jakby się identyfikował i solidaryzował. Poruszające też były papieskie spotkania z więźniami, z chorymi, z ludźmi starszymi i niepełnosprawnymi. Niewątpliwie - jako były aktor - Jan Paweł II miał wybitne zdolności i umiejętność posługiwania się gestami rąk i głowy, mimiką twarzy i tonacją głosu podczas przemówień czy spotkań, jakie telewizja chętnie i z powodzeniem transmitowała.

Tak więc Jan Paweł II jako *papież medialny* wiedział i rozumiał, że nie tylko słowo, ale także osoba mówiąca jest środkiem przekazu treści. Znał słynną tezę kanadyjskiego teoretyka komunikacji Marshalla McLuhana, że samo medium już jest przekazem określonych treści. Sama zatem osoba Jana Pawła II przemawiała i przekonywała odbiorców medialnych¹⁵. Słowa, gesty i osobowość papieża jako człowieka świętobliwego, głęboko wierzącego i kochającego Boga oraz ludzi, jako człowieka bez reszty oddanego i z przekonaniem służącego ewangelizacji świata, jako widzialnej Głowy Kościoła Chrystusa i Jego naśladowcy aż do momentu śmierci niemal publicznej jak na Golgocie – wszystko to było obecne w mediach, przemawiało do milionów czy nawet miliardów ludzi. Właśnie ów autentyzm wiary i świadectwo życia świętobliwego jako źródło popularności Jana Pawła II były często podkreślane przez komentatorów. Jeden z internautów napisał: „Ja nie potrafiłem wierzyć w niewidzialnego Boga. Ale potrafiłem uwierzyć w tego Papieża - Jana Pawła II. Wierzę w Niego jako widzialną ikonę niewidzialnego Chrystusa”.

Jan Paweł II był więc *papieżem medialnym* jako żywa i bardzo popularna ikona Chrystusa i Kościoła. Miał charyzmę. Potrafił fascynować i porywać milionowe rzesze – do Boga, do Kościoła, do chrześcijaństwa, do humanizmu i autentycznej kultury, do chrześcijańskiej cywilizacji miłości. Swą charyzmą, autentyzmem i komunikatywnością przyciągał ludzi także do siebie, a ponieważ był głęboko przeniknięty miłością Boga i człowieka, to tym samym zbliżał ich do Niego i do innych ludzi.

Publicysta włoski Aldo Aluffi w swej książce o fenomenie komunikacyjnym papieża Jana Pawła II napisał znamienne zdanie: „On zdaje się mieć antenę w sercu”¹⁶. Dzięki tej niewidzialnej antenie w sercu odbierał sygnały od Boga i ludzi. Komunikował się z nimi, wysłuchiwał ich i także łączył. Był całkowicie skoncentrowany na Bogu i człowieku. Był na wskroś religijnym humanistą. Jego życie i działalność cechował nawet pewien antropocentryzm - czym również przyciągał ludzi do siebie i pośrednio do Boga, o którym mówił i którego jakby reprezentował. Człowiek jako stworzenie i dziecko Boże był zawsze w centrum nauczania i postawy życiowej Jana Pawła II. W swojej pierwszej encyklice *Redemptor hominis* (1979 r.) podkreślał chrześcijańską prawdę wiary, że „człowiek jest drogą Kościoła (...), ponieważ z człowiekiem - każdym bez wyjątku - Chrystus (Odkupiciel) jest w jakiś sposób zjednoczony, nawet gdyby człowiek nie zdawał sobie z tego sprawy” (a. 14). Polacy pamiętają i powtarzają znamienne słowa Jana Pawła II z homilii podczas pierwszej pielgrzymki do Ojczyzny: „Człowieka nie można do końca zrozumieć bez Chrystusa. A raczej: człowiek nie może sam siebie do końca zrozumieć bez Chrystusa. Nie może zrozumieć ani kim jest, ani jaka jest jego właściwa godność, ani jakie jest jego powołanie i ostateczne przeznaczenie” (Warszawa, 2 VI 1979).

Stąd też wynikało papieskie nauczanie o prawach człowieka i godności osoby ludzkiej – od poczęcia aż do naturalnej śmierci. Właśnie moment umierania człowieka jest dla otoczenia emocjonalnie najgłębiej przeżywanym i racjonalnie najbardziej intrygującym wydarzeniem.

¹⁵ Por. O. Kallscheuer, *Ein Medienpapst an Leib und Leben? Johannes Paul II. auf Sendung*, „Communicatio Socialis” 38(2005) nr 3 s. 251-267. Zob. Collins A., *Mowa ciała, co znaczą nasze gesty?* Warszawa 2002.

¹⁶ Cyt. za: E. Bordfeld, *Johannes Paul II. Ein Papst für die Medien, Medien für den Papst*, „Communicatio Socialis” 16(1983) nr 2 s. 104.

Zwykle dzieje się to w odosobnieniu. Tymczasem Jan Paweł II umierał jakby publicznie, na oczach i w obecności milionów ludzi z całego świata. Ten najbardziej interesujący i spektakularny przekaz medialny o śmierci Papieża-Człowieka był zarazem najsilniej pouczającą i pogładową lekcją o człowieczeństwie, o jego godności i celu ostatecznym, jakim jest odejście z tej ziemi do Domu Ojca Niebieskiego.

Jakkolwiek by nazwać medialne programy z ostatnich chwil ziemskiego życia Jana Pawła II, były on także niespotykanym dotąd spektaklem medialnym. Dziennikarze pokazywali go chętnie i z głębokim zaangażowaniem, miliardy ludzi z ogromnym zainteresowaniem oglądały go, a sam Ojciec Święty także swoją człowieczą śmiercią, czyli aż do ostatniego tchnienia, głosił światu Radosną Nowinę o życiu wiecznym w Domu Ojca. Cały świat słyszał i niejako oglądał radosną prawdę chrześcijańską o Janie Pawle II Wielkim oraz Świętym, który po życiu ziemskim „przekroczył próg nadziei”, jest już w niebie, a na Ziemi pozostaje na zawsze wzorem do naśladowania oraz patronem wielu dzieł ludzkich i organizacji społecznych.

Takiego Papieża, żywego i umierającego, zmarłego i nadal żyjącego w Bogu, miliony ludzi mogły oglądać w mediach audiowizualnych na całym świecie. Takiego Jana Pawła II prezentowali często i chętnie dziennikarze z różnych stron globu ziemskiego – ale oczywiście najchętniej i najczęściej ludzie mediów polskich. Między polskim Papieżem i polskimi dziennikarzami istniała bowiem, szczególnie w dniach Jego odchodzenia do Domu Ojca, bezprecedensowa więź przyjaźni i emocjonalnych relacji.

III. Bezprecedensowa więź Papieża i dziennikarzy

Fenomen więzi Jana Pawła II i ludzi mediów ma swoją genezę i historię, swoje przejawy i przyczyny. Zapytajmy zatem, jak się to zaczęło i rozwinęło?

Otóż wkrótce po wyborze kardynała Karola Wojtyły na papieża, jeszcze przed oficjalną inauguracją nowego pontyfikatu, Ojciec Święty Jan Paweł II przyjął na specjalnej audiencji przedstawicieli mediów z całego świata, którzy przybyli na konklawe, i ku zaskoczeniu kurialistów watykańskich oraz samych dziennikarzy urządził po raz pierwszy w dziejach papieża prawdziwą konferencję prasową według wszelkich reguł sztuki: reflektory ekip telewizyjnych, flesze fotoreporterów, tłok przy barierkach w środkowym przejściu i papież w krzyżowym ogniu pytań dziennikarzy. Odpowiadał na wszystkie pytania. Była to oczywiście gratka i pełna satysfakcja dla nich.

Następnie Papież podchodził po kolei do poszczególnych dziennikarzy, witał się z nimi, rozmawiał w różnych językach, słuchał ich, był po prostu blisko nich i po przyjacielsku z nimi. A na koniec tej godzinnej konferencji znowu ich zaskoczył. Przyłożył dłonie jak tubę do ust i głośno zawołał: *A teraz chcę Wam jeszcze udzielić błogosławieństwa!* Nawet sceptyczni dziennikarze byli pod wrażeniem tego spotkania z nowym papieżem¹⁷. Jeden z austriackich publicystów napisał wówczas o Janie Pawle II: „To samorodny talent w kontakcie z dziennikarzami, to ulubieniec mediów i dar dla mediów jak żaden papież przed nim”¹⁸.

A więc od samego początku swego pontyfikatu Jan Paweł II chciał i potrafił nawiązać silną więź oraz ściśle współdziałanie z ludźmi mediów. Czynił to - jak już wyżej podkreśliliśmy - świadom ogromnej siły oddziaływania mediów i ich możliwości ewangelizacyjnych. Ponadto, chciał także formować dziennikarzy i wspierać ich w odpowiedzialnej służbie człowiekowi. Przemawiał więc do nich przy różnych okazjach.

¹⁷ Tamże, s. 103.

¹⁸ M. Schmolke, *10 Jahre nach „Communio et progressio“*, „Communicatio Socialis” 14(1981)nr 3 s. 284; zob. także A. Lepa, *Jan Paweł II i media*, „Niedziela” 1998 nr 43; F. Lombardi, *Jan Paweł II i media*, „L’Osservatore Romano” 2003 nr 9 s. 37-39.

Organizował specjalne spotkania z nimi, szczególnie podczas zagranicznych pielgrzymek apostolskich. Ulubionym miejscem takich spotkań, rozmów i dyskusji z dziennikarzami bywał też samolot, którym wspólnie lecieli na kolejną wyprawę misyjną do danego kraju lub wracali z niej.

Owszem, już papież Paweł VI spotykał się z dziennikarzami na pokładzie samolotu w trakcie zagranicznej pielgrzymki, ale tylko sam przemawiał do nich. Nie było pytań i dyskusji. Tymczasem Jan Paweł II urządził z dziennikarzami spontanicznie konferencję prasową – z licznymi ich pytaniami, pretensjami czy nawet krytycznymi uwagami. Jest znamienym faktem, że po każdej swej podróży zagranicznej Jan Paweł II zapraszał kilku watykańskich dziennikarzy na obiad i pytał ich o echa tej podróży w mediach światowych. Chciał bowiem się zorientować, jakie były rezultaty jego przemówień i działań, co ewentualnie należałoby zmienić, uzupełnić czy ulepszyć, by zwiększyć pozytywne skutki w papieskim dziele ewangelizacyjnym. I w tym zachowaniu Papieża wyraża się jego nieustanna troska o owoce swej działalności, a także przekonanie o ogromnym znaczeniu i potędze mediów.

Ojciec Święty Jan Paweł II od początku swego pontyfikatu traktował nowoczesne media jako potężne narzędzia ewangelizacji, a z kolei dla dziennikarzy jego genialna postać, światowy autorytet i publiczna działalność były fascynującym tematem ich przekazów telewizyjnych, radiowych czy prasowych. Obie strony więc - papież i ludzie mediów - chętnie się spotykali, komunikowali i spełniali swoje zadania: ewangelizacyjne i dziennikarskie. Jan Paweł II przekazywał też dziennikarzom ewangeliczne pouczenia, jakimi powinni być, a oni relacjonowali papieskie nauki i działania ewangelizacyjne, szczególnie podczas pielgrzymek apostolskich w 130 krajach świata.

Głęboka więź Jana Pawła II z dziennikarzami była więc niezaprzeczalnym faktem. Można jeszcze raz zapytać, dlaczego zależało Mu tak bardzo na tej więzi, dlaczego ją tak ożywiaił i pielęgnował? Odpowiedź częściową już daliśmy: bo znał i uznawał moc oddziaływania mediów – zarówno w dobrym celu jak i złym; bo chciał uczynić dziennikarzy jak najlepszymi sługami prawdy i dobra dla człowieka, a nawet głosicielami Ewangelii, nauki społecznej Kościoła, głównie w przypadku dziennikarzy katolickich.

Ale nie byłaby to pełna odpowiedź. Trzeba stwierdzić tu z całym przekonaniem jeszcze inny fakt: Jan Paweł II traktował dziennikarzy jak przyjaciół, jak ludzi kochanych ojcowską miłością, opartą na religijnej miłości Boga i bliźniego. Oni jako ludzie to wyczuwali i doświadczali, dlatego tak wielu dziennikarzy w świecie, a zwłaszcza w Polsce również kochało Ojca Świętego Jana Pawła II. Dawali temu wyraz w różnych przekazach medialnych, w osobistych wyznaniach, a najbardziej ujawniło się to w dniach odchodzenia Jana Pawła II do Domu Ojca - w dniach jego cierpienia, śmierci i historycznego pogrzebu.

Trzeba więc stwierdzić, że przyjazna więź Jana Pawła II i ludzi mediów była dwustronna, wzajemna czy odwzajemniana. Żaden z papieży nie miał tak licznych kontaktów z dziennikarzami i żaden też nie był tak często - do ostatnich godzin życia i nawet po śmierci - prezentowany w mediach. Szczególnym wyrazem jego niezwykłej popularności i szerokich związków ze światem mediów była obecność wielu tysięcy dziennikarzy w Watykanie podczas jego śmiertelnej choroby i pogrzebu.

Swoistym apogeum i fenomenalnym wyrazem głębokiej więzi Jana Pawła II oraz ludzi mediów było to, co działo się w ostatnich dniach jego życia i śmierci. Dzięki mediom cały świat mógł oglądać, przeżywać i reflektować wzruszającą katechezę papieską o ludzkim cierpieniu, starości, umieraniu i przejściu do Domu Ojca Niebieskiego. To była lekcja, która rodziła wiele dobrego. Na przykład: kilka tygodni później skonstatowano, że właśnie ta audiowizualna katecheza sprawiła, iż znacznie zwiększyła się liczba głosów, między innymi w Parlamencie Europejskim, przeciwko legalizacji eutanazji.

Doprawdy warto zapamiętać i często przypominać sobie, jak doskonale i budująco media, zwłaszcza polskie, przekazywały tę ostatnią katechezę Jana Pawła II, jak serdecznie i

religijnie go zegnały! Warto też często rozważać znakomite pouczenia i wskazania tego papieża dla dziennikarzy. Są one swego rodzaju papieskim testamentem, który należałoby wciąż poznawać i realizować.

IV. Hold polskich mediów dla Jana Pawła II

Do historii polskiego dziennikarstwa i Kościoła w Polsce przejdzie jako wspaniały ewenement to, co i jak czyniły media w dramatycznych dniach cierpienia, konania i śmierci Jana Pawła II. Wprost fenomenalne było zachowanie się mediów i dziennikarzy, którzy z niespotykanym dotąd zaangażowaniem, kompetencją, szczerością i autentycznym uczuciem przedstawiali niemal *non stop* osobę i działalność, życie i śmierć największego z rodu Polaków - Papieża Jana Pawła II.

Ilość i jakość ówczesnych przekazów medialnych o Ojcu Świętym stanowi bez wątpienia wielki wkład dziennikarzy polskich w postulowaną odnowę religijną, społeczną i polityczną w naszej Ojczyźnie. Za to pozytywne i profesjonalne zaangażowanie należy się im szczerza wdzięczność od wszystkich Polaków, którzy dzięki mediom mogli tak głęboko przeżywać finał pontyfikatu Papieża Jana Pawła II, słuchając, czytając i oglądając medialne przekazy o jego charyzmatycznej osobowości i działalności aż po kres życia ziemskiego, a także po nim.

Właśnie dzięki mediom, chrześcijańskie przesłanie umierającego Ojca Świętego zabrzmiało potężnym akordem i stanowiło bodaj najwocześniejszą Jego katechezę, najsilniejsze wezwanie do refleksji religijnej nad duchową kondycją człowieka, nad sensem jego życia i śmierci. Polskie media stały się w tamtych dniach olbrzymią amboną, z której miliony rodaków mogło słyszeć i widzieć niezwykle świadectwa religijności i świętości, miłości Boga, bliźniego i Ojczyzny, głębokiej wiary i pobożności, moralnych nawróceń i szlachetnych zachowań, a zwłaszcza charyzmatyczną postać Papieża-Polaka, podziwianego i kochanego za to, kim był, jakim był, co uczynił dla Kościoła, dla Polski, dla Europy, dla całego świata i dla milionów indywidualnych osób.

Pozostaje zdumiewającym faktem, że niemal cała prasa polska, jak również stacje radiowe i telewizyjne poświęcały osobie Ojca Świętego i jego działalności społeczno-religijnej tyle wielogodzinnych programów, tyle artykułów, relacji, analiz, wywiadów, reportaży, komentarzy, opisów i ocen, tyle zaangażowanej, profesjonalnej i życzliwej uwagi, jak chyba nigdy i nigdzie nie uczyniono tego w tak krótkim czasie, w tak szerokim zakresie i w tak silnym natężeniu. To były po prostu wielkie, jedyne w swoim rodzaju, rekolekcje narodowe, które jednoczyły miliony Polaków wokół postaci i dzieła Ojca Świętego Jana Pawła II, skłaniały ich do solidarnej modlitwy, pomagały godzić się skłóconym, otwierać serca na drugiego człowieka, przeżywać wielką wspólnotę narodową i religijną, odradzać się duchowo i na lepsze odmieniać życie osobiste oraz społeczne.

Trudno doprawdy ogarnąć myślą i wyrazić słowami ów ogrom religijnych refleksji i pozytywnych uczuć, jakie były generowane przez media, przez szczerze zaangażowanych dziennikarzy, przez rodaków wypowiadających swą miłość do Ojca Świętego, a przede wszystkim przez samego Papieża, cierpiącego i umierającego - aż po jego pogrzeb, największy w dziejach ludzkości, z udziałem przywódców państwowych i religijnych prawie wszystkich krajów współczesnego świata.

Dzięki mediom i dziennikarzom, do milionów rodaków docierały różne treści papieskich nauk o Bogu i Kościele, o Ojczyźnie i świecie, o godności człowieka jako dziecka Bożego i istoty cielesno-duchowej, o jego śmierci i przyszłej egzystencji w rzeczywistości pozamaterialnej, duchowej, Boskiej. Ośrodkiem tej największej ewangelizacji czy katechezy medialnej był oczywiście sam Ojciec Święty Jan Paweł II, którego charyzmatyczne życie, długoletnie cierpienie, przykra starość, wreszcie odejście do Domu Ojca media przedstawiały

jako godne podziwu, refleksji i naśladowania, jako powód do głębokiej wdzięczności Bogu za takiego Człowieka, Polaka, Papieża.

Polskie media wskazywały również na ogromne zasługi Jana Pawła II w kształtowaniu życia społeczno-moralnego i politycznego w naszej Ojczyźnie. Przypominały Jego pielgrzymki do Polski, nauczanie patriotyczne, wzruszające spotkania z chorymi, z dziećmi, z ludźmi różnych profesji, a zwłaszcza z młodzieżą, którą Papież prawdziwie kochał i był przez nią kochany, o czym świadczyły ich wzajemne zachowania także w ostatnich godzinach życia, gdy umierający Ojciec Święty na wiadomość o wielkiej liczbie młodzieży modlącej się za Niego na Placu Św. Piotra, wypowiedział znamienne słowa: „Szukałem was. Teraz przybyliście do mnie. Za to wam dziękuję”. Na wszystkich zaś masowych spotkaniach modlitewnych w całej Polsce i także na pogrzebie Ojca Świętego w Rzymie młodzież stanowiła znaczną część uczestników. Było to młode *pokolenie JP II*, które budzi nadzieję i oczekiwaną „wiosnę Kościoła”.

Czy jednak owa wiosna, czyli odrodzenie i wciąż pożądana odnowa Kościoła rzeczywiście nadchodzi? Zależy to w znacznym stopniu także od... dziennikarzy, od ludzi mediów, którzy mają wielką moc kształtowania postaw religijnych i moralnych, społecznych i patriotycznych u członków Kościoła i narodu polskiego. Co zatem powinni czynić dziennikarze, zwłaszcza ci, którzy także chcą być *pokoleniem JP II*? Krótka odpowiedź może być taka: mają realizować testament medialno-dziennikarski Jana Pawła II.

V. Testament Jana Pawła II dla ludzi mediów

1. Zapamiętać wolę umierającego Ojca

W pamiętnych dniach marca i kwietnia 2005 roku, gdy umierał Jan Paweł II Wielki, było dużo niezwykłych przeżyć, emocji, refleksji, dobrych postanowień i religijno-moralnych nawróceń w społeczeństwie polskim. Ale jednocześnie rodziły się pytania: czy aby nie są to tylko chwilowe emocje? Jakie są szanse na trwałe owocowanie tych ostatnich nauk i poruszającego świadectwa Ojca Świętego?

Niejednokrotnie padały w mediach odpowiedzi - jak choćby taka: odszedł mądry i kochany Ojciec, pozostawił bogate dziedzictwo swej nauki i osobisty przykład życia jako testament, a dorosłe i rozumne dzieci powinny odtąd same poczuć się odpowiedzialne za swe życie i wypełniać ojcowski testament, pamiętając wciąż o „ostatniej woli” umierającego Ojca. Wypełnianie tego testamentu zależy już od nich samych, od ich mądrości i dobrych chęci. Ktoś trafnie powiedział, że z chwilą śmierci Ojca Świętego Jana Pawła II „zakończyło się Jego nauczanie, a zaczął się egzamin”, który będą zdawać Polacy – świeccy katolicy, politycy, księża, ludzie mediów, cały naród...

Papież-Polak dał swoim rodakom już w 1979 roku potężny impuls do przemian społeczno-politycznych. W roku 1991 wzywał ich do mądrego wykorzystania uzyskanej wolności, do budowania demokracji opartej o Dekalog i chrześcijański system wartości. A w ostatnich latach i dniach przed swoją śmiercią w różnych kontekstach powtarzał wezwania: niech Duch Boży wciąż odnawia naszą Ojczyznę, niech się rozwija w niej Kościół jako wspólnota kochających Boga i ludzi, a dziennikarze, moi przyjaciele, niech nadal gorliwie służą polskiemu narodowi!

Stawiając pytanie o trwałość religijnych uniesień i społeczno-moralnych zachowań Polaków, jakie uwidoczniły się w dramatycznych dniach cierpień i śmierci Ojca Świętego, konsekwentnie kierowano też to samo pytanie do dziennikarzy polskich: czy wytrwale będą pomagać społeczeństwu odnawiać „oblicze tej Ziemi” poprzez emisję programów telewizyjnych, audycji radiowych i tekstów prasowych, zgłębiających naukę społeczną Jana Pawła II i Kościoła? Czy może raczej znowu zamilkną lub ograniczą się do krytyki Kościoła za jego rzekome „mieszanie się do polityki” lub dążenie do państwa wyznaniowego, za tzw. konserwatyzm i klerykalizm?

Zgodnie z przewidywaniami, niestety wielu dziennikarzy powróciło do swych dawnych przyzwyczajęń, do realizowania założeń liberalnych, komercyjnych i antyklerykalnych swojego medium, pomija wartości chrześcijańskie, zapomina o Janie Pawle II i jego nauce społeczno-moralnej. Ale jest również wielu ludzi mediów, którzy w rzetelnej trosce o duchowy rozwój i tak potrzebną formację społeczno-polityczną Polaków, nadal z głębokim zaangażowaniem ukazują im te wartości i mądrość, jakie swym rodakom, także dziennikarzom, pozostawił niejako w testamencie szczerze kochany i kochający, powszechnie oplakiwany po śmierci i tak bardzo zasłużony Papież-Polak Jan Paweł II.

By jednak spełnić jak najlepiej ten testament, trzeba wciąż przypominać sobie mądre i bardzo inspirujące wskazania Ojca Świętego dla dziennikarzy. Warto więc i trzeba czerpać konkretne wskazówki i natchnienie, zawarte w jego orędziach, dokumentach i licznych przemówieniach, jakie zostały zebrane w niniejszej publikacji. Wypunktujmy tu choć niektóre z najważniejszych wskazań Jana Pawła II dla dziennikarzy i wszystkich ludzi mediów.

2. Dziennikarz w służbie prawdy i dobra

Jako ostatnią wolę, czyli testament Jana Pawła II dla dziennikarzy można by w szczególności uznać ogłoszony 21 lutego 2005 r. dokument w języku włoskim pt. *Il rapido sviluppo* (= *Szybki rozwój*), w którym Ojciec Święty przypomina ludziom mediów o spoczywającym na nich obowiązku przekazywania prawdy oraz o służbie dla dobra publicznego, czyli dla właściwego kształtowania życia społecznego, gospodarczego, politycznego i kulturalnego jako warunków należytego rozwoju osoby ludzkiej i rodziny. Papież apeluje też w tym dokumencie o konstruktywny dialog i współpracę Kościoła i ludzi mediów. Chodzi o wspólną służbę prawdzie i dobru, o skuteczną ewangelizację i humanizację świata.

Podobne apele i pouczenia kierował Papież do dziennikarzy przez całe lata i w różnych okolicznościach. Na przykład w przemówieniu do biskupów polskich, przybyłych *ad limina apostolorum* w Rzymie 14 lutego 1998 r., Jan Paweł II podkreślił najpierw niezwykle ważną rolę mass-mediów w przekazywaniu wartości kulturowych współczesnemu człowiekowi, a następnie wskazał na podstawowe zadania mediów i dziennikarzy: „Należy pamiętać, że właściwym celem i zadaniem społecznych środków przekazu jest służba prawdzie i jej obrona. Polega ona na obiektywnym i rzetelnym przekazywaniu informacji, unikaniu manipulacji prawdą i przyjmowaniu postawy nieprzekupnej wobec prawdy. Służba prawdzie jest służbą sprawie człowieka, jego integralności ciała i ducha, co wyraża się w rozwoju jego potrzeb kulturalnych i religijnych, tak w zakresie indywidualnym, jak i społecznym. Prawda bowiem związana jest nierozdzielnie z dobrem i pięknem. Tam więc, gdzie przekazywana jest prawda, objawia się również potęga dobra i blask piękna, a człowiek, który ich doświadcza, nabywa szlachetności i kultury. Jest to szczególna misja wnosząca wielki wkład w dobro i postęp społeczeństwa”¹⁹.

Dziennikarzy-katolików często zachęcał Ojciec Święty do postawy apostołskiej i ewangelizacyjnej, do traktowania swej dziennikarskiej pracy jako misji i służby dla dobra człowieka, narodu i wspólnoty chrześcijańskiej. Do 8 tysięcy dziennikarzy przybyłych do Rzymu w Jubileuszowym Roku 2000 Jan Paweł II powiedział między innymi: „Jesteście powołani, aby wprzęgać swoje umiejętności zawodowe w służbę dobra moralnego i duchowego jednostek i ludzkiej społeczności (...). Dziennikarstwo nie może być sterowane wyłącznie przez czynniki ekonomiczne, dążenie do zysku i stronnicze interesy. Powinno być natomiast postrzegane jako zadanie w pewnym sensie ‘święte’, wykonywane ze świadomością, że potężne środki przekazu zostają wam powierzone dla dobra wszystkich, a

¹⁹ Jan Paweł II, *Odnowa człowieka i społeczeństwa dokonuje się za sprawą odnowy sumień. Przemówienie Ojca Świętego do III grupy biskupów polskich przybyłych z wizytą ad limina 14 II 1998*, OR 1998 nr 3 s. 46.

zwłaszcza dla dobra najsłabszych grup społecznych – od dzieci po ubogich, od chorych po osoby zepchnięte na margines i dyskryminowane²⁰.

Po podkreśleniu ważności i świętości misji dziennikarzy katolickich Ojciec Święty podał im także konkretne wskazówki, jak mają tę misję wypełniać w swej codziennej pracy, jakimi kryteriami i względami się kierować, jakich błędów i grzechów unikać. Powiedział: „Nie można pisać ani nadawać programów, kierując się wyłącznie pragnieniem pozyskania jak największej liczby odbiorców, a rezygnując z oddziaływania naprawdę formacyjnego. Nie można też odwoływać się bezkrytycznie do prawa informacji, nie biorąc pod uwagę innych praw człowieka (...). Nie należy pisać, tworzyć i nadawać programów, jeśli wyrządza to szkodę prawdzie; mam tu na myśli nie tylko prawdę o faktach, o których informujecie, ale także ‘prawdę o człowieku’, godność człowieka we wszystkich jego wymiarach”.

Warto zwrócić uwagę szczególnie na tę ostatnią wskazówkę Jana Pawła II, aby dziennikarze przekazywali nie tylko prawdę o faktach i wydarzeniach, ale także "prawdę o człowieku" czy raczej "prawdę człowieka": jego wielką godność, jego sprawy duchowe i religijne, a nie tylko materialne i polityczno-gospodarcze. Dlatego Ojciec Święty w cytowanym przemówieniu wezwał dziennikarzy, ażeby „starali się służyć człowiekowi poprzez budowę społeczeństwa opartego na solidarności, sprawiedliwości i miłości, przez głoszenie prawdy o ludzkim życiu i jego ostatecznym spełnieniu w Bogu”.

Pod koniec zaś tego wystąpienia Papież powiedział do zgromadzonych dziennikarzy: „Kościół i ‘media’ muszą iść razem, aby pełnić swoją służbę na rzecz ludzkiej rodziny. Proszę zatem Boga, aby z tych uroczystości jubileuszowych pozwolił wam wynieść przekonanie, że można być zarazem prawdziwymi chrześcijanami i znakomitymi dziennikarzami²¹”.

3. „Święta misja” dziennikarza-katolika

Przytoczone wyżej słowa Jana Pawła II wyrażają powszechne przekonanie o potężnej roli mass-mediów i jednocześnie przypominają społeczne zadania dziennikarzy. Istotnie, media i dziennikarstwo są nowoczesną potęgą, są "czwartą władzą" w społeczeństwach, a zadaniem ludzi mediów jest pełnić "świętą misję", służbę prawdzie i dobru, jednoczeniu ludzi i postępowi ludzkości poprzez przekazywanie wartości kulturowych, duchowych, chrześcijańskich, uniwersalno-humanistycznych.

Te wzniosłe i „święte” zadania mają spełniać ludzie mediów. Czy jednak wszyscy dziennikarze to czynią, czy mają świadomość „świętej misji” dziennikarskiej? Niestety, bardzo wielu z nich jest daleko od tych ideałów, jakie kreśli Jan Paweł II. Stąd rodzi się nieustanna potrzeba edukacji dziennikarskiej i formacji duchowej ludzi mediów. Zapytajmy więc, jakie wskazania i pouczenia w tym zakresie daje Ojciec Święty dziennikarzom? Jakie kwalifikacje zawodowe, duchowe i moralne winien mieć dziennikarz-katolik?

6 grudnia 2002 r. papież Jan Paweł II przyjął na specjalnej audiencji członków Międzynarodowego Związku Prasy Katolickiej z okazji 75-lecia istnienia tej organizacji. Wygłosił do nich przemówienie, w którym nakreślił krótko sylwetkę i cechy dziennikarza: „Możemy zapytać: co to znaczy być zawodowym dziennikarzem-katolikiem? To po prostu znaczy być osobą prawą, której życie osobiste i zawodowe odzwierciedla nauczanie Jezusa i Ewangelii. To znaczy sięgać najwyższych ideałów doskonałości zawodowej, być człowiekiem modlitwy, pragnącym zawsze dać to, co ma najlepszego. To znaczy mieć odwagę szukać i relacjonować prawdę, nawet jeśli jest ona niewygodna lub nie jest uznawana za *politycznie poprawną*²²”.

²⁰ Jan Paweł II, *Prawdziwi chrześcijanie i znakomici dziennikarze*, OR 2000 nr 7-8.

²¹ Tamże.

²² Jan Paweł II, *Szukać prawdy i ją przekazywać. Przesłanie do Międzynarodowej Katolickiej Unii Prasy*, OR 2003 nr 2 s. 45.

Tak więc według Jana Pawła II dziennikarz-katolik ma być przede wszystkim człowiekiem prawym, człowiekiem prawego sumienia, autentycznym chrześcijaninem, człowiekiem modlącym się i znającym naukę Chrystusa, człowiekiem szukającym prawdy i przekazującym ją w mass-mediach. Ponadto Ojciec Święty wymienił trzy cechy, jakimi powinien odznaczać się katolicki pracownik mediów:

- a) być wrażliwym na moralne, religijne i duchowe aspekty życia ludzkiego, które są często źle pojmowane lub celowo lekceważone;
- b) informować nie tylko o złych uczynkach i tragediach, ale także o pozytywnych i podnoszących na duchu, podejmowanych w imieniu potrzebujących: biednych, chorych, niepełnosprawnych, słabych, którzy w przeciwnym razie zostaną zapomniani przez społeczeństwo;
- c) dawać przykłady nadziei i heroizmu światu tak rozpaczliwie ich potrzebującemu²³.

Dziennikarz-katolik, pracujący czy to w mediach katolickich czy w innych, winien więc zawsze dążyć do przekazywania wartości duchowych i religijno-moralnych, do informowania o pozytywnych i budujących faktach i wydarzeniach, o bohaterskich czynach ludzi, poświęcających się służbie chorym, biednym lub niepełnosprawnym. Zauważmy, że Ojciec Święty bardzo akcentuje potrzebę wrażliwości dziennikarza-katolika na moralność i duchowość przekazów medialnych, na ich pozytywne i budujące treści. Są one bowiem dość często lekceważone lub nawet pomijane przez dziennikarzy, którzy z różnych powodów chętniej przekazują treści niemoralne, skandaliczne, sensacyjne, a także antyreligijne i antykościelne.

O prawach i obowiązkach dziennikarza, o jego misji i kwalifikacjach mówił też Ojciec Święty 22 maja 1982 do członków Stowarzyszenia Prasy Zagranicznej we Włoszech i przedstawicieli włoskiej prasy katolickiej. Zachęcał dziennikarzy do tego, by starali się nie tylko informować odbiorców, lecz również formować ich, czyli poniekąd wychowywać odpowiednimi treściami przekazu dziennikarskiego: „Jeżeli wasza władza nastawiona jest na służenie człowiekowi, każdy z was winien czuć się zachęcony do tego, by przyczynić się do pozytywnego uwrażliwienia i wychowania odbiorców dla dobra ich w pełni ludzkiego i chrześcijańskiego wzrostu. Oczywiście, nie znaczy to, byście mieli selekcjonować informacje w taki sposób, ażeby człowiekowi dzisiejszemu przedstawiać sztucznie budujący obraz życia: zło, niestety, istnieje, i jasną jest rzeczą, że nie można go wyeliminować, postępując tak, by ci, którzy mają z nim styczność, ignorowali je (...)”²⁴.

A zatem z szacunkiem dla wartości chrześcijańskich, uniwersalnych i humanistycznych powinniście - podkreślił Papież - starać się „zawsze w waszych tekstach nazywać dobro dobrem, a zło złem. Dobrem będzie sprawiedliwość i miłość, złem - wszelka przemoc, wszelka nienawiść i egoizm. Dobrem będzie uczciwość i każda cnota, nawet jeżeli praktykuje się ją w warunkach nędzy. Złem zaś niemoralność i wszelka wada, nawet jeżeli towarzyszy jej dobrobyt i luksus”²⁵.

Jedno z kolejnych ważnych przemówień wygłosił Papież 2 grudnia 1983 r. do dziennikarzy włoskich tygodników katolickich. Przemówienie to miało bardzo wzniosły i znamienity tytuł: „Dziennikarstwo jak kapłaństwo jest odpowiedzią na prawdziwe powołanie”. Tak więc dziennikarstwo zaliczył Ojciec Święty do tych zawodów społecznych, które wymagają specjalnego powołania, uzdolnienia i kwalifikacji. Czyli podobnie jak ksiądz, lekarz czy pedagog, również dziennikarz musi mieć pewien charyzmat, dzięki któremu będzie dobrym i zdolnym dziennikarzem, spełniającym umiejętnie i należycie swoje zadania.

W tak zatytułowanym przemówieniu do dziennikarzy Papież przedstawił wizję katolickiego dziennikarstwa, które przyrównał wprost do kapłaństwa, wskazując jednocześnie na trudności i problemy obydwu: „Wiem dobrze, moi drodzy, że w nowoczesnym dziennikarstwie specyficzne określenie ‘tygodnik katolicki’ pociąga za sobą wiele

²³ Tamże.

²⁴ Tamże.

²⁵ Tamże, s. 782.

problemów i napotyka znaczne trudności. Ale wiem także, że te problemy i trudności, dzięki dobrej woli, zaangażowaniu, odwadze tych, którzy mu się poświęcają, nie mogą zmniejszyć lub ograniczyć jego wielorakiej i niezastąpionej roli (...). Zdeklarowana kwalifikacja 'katolicki' wzbogaca i podnosi nieporównywalnie waszą misję. Jak katolicki jest tygodnik, tak katolicki jest autor i ten właśnie tytuł czyni z waszej pracy prawdziwe i właściwe apostołstwo i chciałbym powiedzieć wspaniałomyślne kapłaństwo (...). Związek między dziennikarstwem i kapłaństwem odpowiada także wam, najdrożsi bracia z laikatu. Świadomość pełnienia zadania 'kapłańskiego' podkreśla wielkość waszego zawodu, który wykonywany w wyraźnej spójności z sakramentalnym charakterem chrześcijanina, odpowiada prawdziwemu powołaniu (...)"²⁶.

W dalszym ciągu przemówienia Jan Paweł II przypomniał dziennikarzom obowiązek służby prawdzie i dobru, wartościom moralnym i duchowym człowieka: „Jednym z zadań, które dzisiaj winno leżeć wam na sercu jest popieranie i ochrona wartości moralnych. Istotnie, w dzisiejszym klimacie permisywizmu, który nierzadko doprowadzany jest do największych ekscesów także przez organa publicystyki, ta funkcja porządku etycznego nabiera największego znaczenia, które już samo wystarczyłoby dla uzasadnienia obecności prasy katolickiej.

Z odwagą i mocą, które jako odpowiadające służbie dziennikarskiej, są nieodzowne, aby iść pod prąd i przezwycięzać pokusę demagogicznych powabów, konieczną jest rzeczą dzisiaj, bardziej niż w przeszłości, popierać, respektować i brać w obronę cnotę i dobro. Niestrudzenie wykazywać, jak one są zgodne z prawdą o człowieku i jakością życia, natomiast degradacja obyczaju i życie w błędzie podbijają w różne formy bolesnej niewoli"²⁷.

Inne swoje przemówienie do przedstawicieli świata dziennikarskiego, wygłoszone 2 listopada 1982 r., zatytułował Jan Paweł II: „Służba w środkach społecznego przekazu wymaga poszukiwania prawdy”. Znowu mamy tu owe dwa istotne pojęcia "służba" i "prawda" - nierozzerwalnie związane z istotą i zadaniem dziennikarstwa. Wyjaśniając ich sens, Papież mówił do dziennikarzy: „Wypowiedziałem dobrze przemyślane słowo: służba. Bowiem w istocie swoją pracą służycie i winniście służyć sprawie człowieka w jego integralności: jego ciału, jego duchowi, jego potrzebom uczciwej rozrywki, pokarmu kulturalnego i religijnego, właściwego kryterium moralnego dla jego życia indywidualnego i społecznego. Chodzi tu o szlachetną misję, przynoszącą zaszczyt temu, kto pełni ją w sposób godny, ponieważ wnosi ona bardzo ważki wkład w dobro społeczeństwa, jego równowagę i bogacenie się. Dlatego Kościół przywiązuje tak wielką wagę do dziedziny przekazu społecznego i szerzenia kultury. Dlatego nie waha się wezwać chrześcijan, aby zdobywali niezbędną wiedzę techniczną i sumiennie pracowali na tym ważnym polu, gdzie chodzi o tak wzniosłe wartości"²⁸.

Następnie Ojciec Święty przyrównał misję dziennikarzy do swojej misji papieskiej, wskazując na wspólne treści etyczne i antropologiczne: „Dzieląc się z wami tymi refleksjami, nie mogłem się powstrzymać od myśli, że istnieje wiele wspólnego pomiędzy waszą i moją misją, jako że jesteśmy sługami porozumienia między ludźmi. Do mnie należy w szczególności sposób przekazywanie ludzkości Ewangelii i wraz z nią orędzia miłości, sprawiedliwości, pokoju Chrystusowego.

Są to wartości, którym również wy możecie sprzyjać poprzez swój wysiłek jednoczenia świata, czynienie go bardziej pokojowym i ludzkim, i takim, w którym jaśniałaby prawda i moralność. Jest logiczne, że dziedzina, która tak blisko dotyczy informacji i formacji człowieka, winna stawiać sobie wysokie wymagania o charakterze etycznym. Jest wśród nich takie, które mówi o tym, aby poświęcający się społecznemu przekazowi 'znali zasady

²⁶ Jan Paweł II, *Dziennikarstwo jak kapłaństwo jest odpowiedzią na prawdziwe powołanie. Przemówienie do przedstawicieli włoskich tygodników katolickich*. W: *Nauczanie papieskie* 1983 t. VI, 2, Poznań 1999 s. 568 n.

²⁷ Tamże, s. 569 n.

²⁸ Jan Paweł II, *Służba w środkach społecznego przekazu wymaga poszukiwania prawdy*. W: *Nauczanie papieskie* 1982 t. V, 2, Poznań 1993 s.671.

porządku moralnego i ściśle je w tej dziedzinie wcielali w życie' (*Inter mirifica*, n. 4) i aby 'informacja była zawsze prawdziwa' i przestrzegala 'święcie zasad moralnych oraz słusznych praw i godności człowieka' (a. 5). W ten sposób w nie pomniejszonym wymiarze antropologicznym można pełnić służbę społecznego przekazu, odpowiadającą głębokiej prawdzie człowieka, i w której normy etyki zawodowej byłyby zbieżne z prawdą głoszoną przez chrześcijaństwo²⁹.

Na zakończenie zwrócił się Papież do dziennikarzy słowami: „Drodzy Przyjaciele! Pozwólcie, że z głębokim szacunkiem i uznaniem dla waszej słusznej wolności zachęcę was do pełnienia tej podniosłej misji ludzkiej i chrześcijańskiej, misji sług człowieka, dziecka Bożego i równocześnie obywatela świata. Kościół docenia i szanuje waszą pracę, prosi także o szacunek ze strony szerokiego sektora środków społecznego przekazu”³⁰.

Z okazji święta patrona dziennikarzy, św. Franciszka Salezego, w 1983 r. papież Jan Paweł II wygłosił przemówienie do dziennikarzy włoskich na temat: „Posłannictwo informowania i formowania opinii publicznej według kryteriów prawdy, obiektywizmu i jasności”. Jak widzimy, znowu dziennikarstwo nazywa papież misją - i to nie tylko informacyjną, ale i formacyjną. Skądinąd zaś słyszy się często opinie, że dziennikarz ma tylko obiektywnie informować, a formację czy wychowanie pozostawić innym. Tymczasem jest to niesłuszne i poniekąd nierealne. Same bowiem informacje formują opinię publiczną, ubogacają intelektualnie odbiorcę, poszerzają zakres jego wiedzy, pomagają w pracy i w życiu tak, że jednocześnie kształtują mentalność, poglądy i postawy życiowe człowieka, czyli wychowują.

Na wspomnianym spotkaniu z dziennikarzami katolickimi Italii mówił Papież - jak zwykle - z serdeczną życzliwością i szczerą otwartością o ważności ich zawodu, który jest jednocześnie "posłannictwem" i "służbą", wymaga często poświęceń i wysokich kwalifikacji: „Panowie dziennikarze i drodzy przyjaciele! Cieszę się z tego spotkania (...). Jak już mogłem zaznaczyć przy innych okazjach, jestem do głębi przejęty szlachetnością i powagą waszego zawodu. Poprzez uprawianie słowa - pisanego, mówionego, posługującego się obrazem - dziennikarstwo jest pracą, która angażując inteligencję na służbie prawdzie i dobru, odgrywa doniosłą rolę w ukierunkowywaniu mentalności oraz indywidualnego i społecznego sumienia (...). Jak wielokrotnie na przestrzeni ostatnich dziesięcioleci wskazywało papieskie Magisterium, zawód dziennikarski winien być pojmowany jako 'posłannictwo' informowania i kształtowania opinii publicznej, u początków którego znajduje się silny, wewnętrzny nakaz, który nazwać możemy powołaniem. Owo posłannictwo, będąc określonym zadaniem i domagając się od podmiotu osobistego zaangażowania, które mobilizuje jego najlepsze władze, żąda także z samej swej natury ćwiczenia umiejętności powstrzymywania się od wszelkiej dowolności i sprowadza się do 'ministerium', czyli służby - jak również określa się w żargonie niektóre czynności dziennikarskie - zawsze kierującej się kryteriami prawdy, obiektywizmu, jasności”³¹.

Warto jeszcze przytoczyć to, co w tym przemówieniu Ojciec Święty powiedział o patronie dziennikarzy, św. Franciszku Salezym: że był wybitnym duszpasterzem i pisarzem, odznaczał się bystrością umysłu, zdolnością dogłębnego osądu, inteligencją, niewiarygodną dobrocią i serdecznością, opanowaniem emocjonalnym i pogodą ducha. W związku z tym zapytał Papież retorycznie: „Czyż w tych lapidarnych słowach nie rysują się cnoty zawodu, zajmującego się informacją, czyż nie wskazują sekretu a jednocześnie drogi, którą winien kroczyć dziennikarz, by w godny sposób przedstawić się publiczności, sprawiając, że będzie czytany i rozumiany, i tym samym wypełni należycie swe trudne posłannictwo?”³². Na koniec Papież zapewnił dziennikarzy, że jeżeli będą naśladować wymienione cnoty i zalety swego

²⁹ Tamże.

³⁰ Tamże, s. 672.

³¹ Jan Paweł II, *Posłannictwo informowania i formowania opinii publicznej według kryteriów prawdy, obiektywizmu i jasności. Przemówienie do dziennikarzy katolickich Italii*, OR 1983 nr 2 s.19.

³² Tamże, s. 20.

Patrona, jeżeli będą wiernie służyć prawdzie i rozwojowi człowieka, to Kościół zawsze będzie z nimi, bo i on służy prawdzie i człowiekowi.

Oto wizja i ideał dziennikarza-katolika, jaki ukazuje się nam z tych wybranych wypowiedzi papieskich. Jest to - lub ma być - człowiek pełniący "świętą misję", służbę prawdzie i ludziom, człowiek modlitwy i prawego sumienia, wrażliwy na dobro i zło, zaangażowany w tworzenie i szerzenie autentycznej kultury, przekazujący wartości duchowe, religijno-moralne i chrześcijańsko-humanistyczne. Jednym słowem, dziennikarz-katolik to po prostu ewangelizator medialny, tak bardzo potrzebny Kościołowi i współczesnemu człowiekowi³³.

4. Potrzeba ewangelizacji medialnej

Szczególnie ważnym drogowskazem dla Kościoła w Polsce i dla dziennikarzy są słowa wypowiedziane przez Ojca św. do biskupów polskich podczas ich wizyty *ad limina* w Rzymie w 1993 r. Powiedział wtedy między innymi: „Przed Kościołem w Polsce otworzyła się w ostatnich latach duża przestrzeń dla pracy ewangelizacyjnej. Swym zasięgiem winna ona objąć również wszystkich, którzy działają w świecie mediów, a także tych, którzy korzystają ze środków społecznego przekazu. Należy skoncentrować się nie tylko na fachowym przygotowaniu kadr, rozumiejących społeczną specyfikę mediów, siłę ich oddziaływania, język i technikę oraz posiadających umiejętność posługiwania się nimi dla duchowego i materialnego dobra człowieka. Praca ta winna również uwzględnić formację duchową pracowników mass-mediów. Trzeba tym ludziom przybliżyć Ewangelię, zaznajamiać ich z katolicką nauką społeczną, z życiem i działalnością Kościoła oraz z problemami moralnymi współczesnego człowieka. Przy pomocy uformowanych w duchu chrześcijańskim ludzi Kościół może o wiele łatwiej dotrzeć do wielkiego audytorium, do różnych areopagów świata, do środowisk spragnionych Boga”³⁴.

Wzywa więc Papież polskich biskupów, by zadbali o fachową edukację kadr dziennikarskich, o ich duchową i religijną formację, tak by umieli owocnie pełnić misję ewangelizacyjną, czyli realizować ewangelizację medialną w nowej sytuacji społeczno-politycznej w Polsce. O "świętej misji" i postawie apostołowskiej dziennikarzy-katolików, o ich zadaniach w dziedzinie ewangelizacji medialnej pouczał Ojciec Święty nieustannie w swoich orędziach i przemówieniach.

Ewangelizacja medialna obejmuje nadawców i odbiorców. Jednym i drugim mają być przekazywane wartości chrześcijańskie. W szczególności jednak chodzi o ewangelizację świata poprzez media, w których przekazuje się nie tylko biblijne czy liturgiczne treści, dogmatyczne prawdy wiary czy teologię moralności, lecz przede wszystkim naukę społeczną Kościoła; ona przecież "stanowi integralną część orędzia chrześcijańskiego" - jak napisał Jan Paweł II w encyklice *Centesimus annus* (a. 5) i powtórzył to w cytowanym wyżej przemówieniu do biskupów polskich w 1993 roku³⁵.

Treścią ewangelizacji medialnej, prowadzonej przez dziennikarzy-katolików mają być takie wartości chrześcijańskie i uniwersalne, jak prawda, dobro i piękno, informacje o sprawach Kościoła, prawda o człowieku w jego wymiarze duchowym i religijnym, prawda o chrześcijaństwie, wszelkie dobro moralne, chrześcijański humanizm, kultura itp.

Dlatego też sam Ojciec Święty w swoich Orędziach na Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu co roku wyznaczał określoną tematykę jako przedmiot ewangelizacji medialnej i kościelnej. Były to następujące tematy i problemy w ich korelacji z mediami: ochrona i rozwój dzieci w rodzinie i społeczeństwie (Orędzie, 1979), rodzina (1980),

³³ Zob. A. Steuer, „Publizistisches Apostolat”. *Das Bild des (katholischen) Journalisten bei Johannes Paul II*, „Communicatio Socialis” 23(1990) nr 4 s. 261-275.

³⁴ Jan Paweł II, *Odnowa człowieka i społeczeństwa...*, j. w., s. 46.

³⁵ Jan Paweł II, *Jesteśmy świadkami walki o człowieka. Przemówienie do biskupów polskich podczas wizyty ad limina apostolorum 15 I 1993*, „Chrześcijanin w Świecie” 23(1993)nr 1 s. 178.

odpowiedzialna wolność człowieka (1981), ludzie starsi (1982), pokój (1983), spotkanie wiary i kultury (1984), chrześcijańska promocja młodzieży (1985), kształtowanie opinii publicznej (1986), sprawiedliwość społeczna (1987), braterstwo i solidarność wśród ludzi i narodów (1988), religia w środkach społecznego przekazu (1989), misja Kościoła w erze komputerów (1990), jedność i postęp rodziny ludzkiej (1991), środki społecznego przekazu jako cudowny dar i dobrodziejstwo Opatrzności (1992), rola kaset magnetofonowych i magnetowidowych w kształtowaniu kultury i sumienia (1993), kryteria właściwego wyboru programów telewizyjnych w rodzinie (1994), kino jako nośnik kultury i wartości (1995), promocja kobiety w społeczeństwie (1996), teologiczne treści Jubileuszu 2000 (1997-2000), głoszenie Ewangelii w epoce globalnej komunikacji (2001), internet jako nowe forum dla głoszenia Ewangelii (2002), prawdziwy pokój w świetle encykliki Jana XXIII *Pacem in terris* (2003), media w rodzinie: ryzyko i bogactwo (2004), środki społecznego przekazu w służbie porozumienia między narodami (2005)³⁶.

Jan Paweł II, apelując do dziennikarzy-katolików o ewangelizację medialną, podkreślał, że „środki społecznego przekazu mogą stać się potężnymi kanałami przekazywania Ewangelii, czy to na poziomie preewangelizacji, czy też na poziomie dalszego pogłębiania wiary” (Orędzie, 1985). Za adhortacją Pawła VI *Evangeliæ nuntiandi* stwierdza Jan Paweł II, że mass-media „wprzęgnięte w służbę Ewangelii, niezmiernie poszerzają zakres słuchania słowa Bożego i zanoszą orędzie zbawienia do milionów ludzi. Kościół byłby winny przed Panem, gdyby nie używał tych potężnych pomocy” (Orędzie, 1986).

W adhortacji apostolskiej o powołaniu i misji świeckich w Kościele i w świecie *Christifideles laici* (1988) Papież zachęca ich, „by z odwagą i twórczą inteligencją byli obecni w uprzywilejowanych miejscach kultury, jakimi są szkoły i uniwersytety, ośrodki badań naukowych i technicznych, środowiska twórczości artystycznej i humanistycznej refleksji”. Dlatego też świeccy, przede wszystkim dziennikarze-katolicy, winni sobie jasno uświadamiać, że „na wszystkich drogach świata, a więc także na jego wielkich arteriach, jakimi są prasa, film, radio, telewizja i teatr, musi być głoszone zbawcze słowo Ewangelii” (a. 44).

Znamienne pouczenia i jasne wskazania dla dziennikarzy-katolików jako ewangelizatorów medialnych zawarł Jan Paweł II w przemówieniu do Papieskiej Komisji ds. Środków Społecznego Przekazu, podkreślając: „Mówi się, że kolumny gazet, mikrofony radiowe i telewizyjne kamery są amboną, z której współczesne społeczeństwo czerpie wiele dla swych moralnych i duchowych postaw. Jeśli to prawda, sprawą doniosłej wagi staje się to, aby Kościół nie tylko uczestniczył w formułowaniu zasad filozofii życia społecznego, która stanie się odbiciem wartości uznawanych przez współczesne społeczeństwa, ale również aby zaznaczył swoją bezpośrednią obecność na owej nowej ambonie, pojawiając się na niej z własnymi gazetami i czasopismami, z własnymi stacjami i programami radiowo-telewizyjnymi, z własnym głosem - głosem prawdy i miłości (...). Jest zatem rzeczą konieczną, aby Kościół nie tylko starał się o uznanie zdrowych wartości moralnych i duchowych przez prasę, kino, radio i telewizję, ale by głosił Ewangelię przy pomocy nowoczesnych środków przekazu”³⁷.

Przytoczone dotąd, wybrane wypowiedzi Ojca Świętego Jana Pawła II dowodzą jasno i dobitnie, że "święta misja" dziennikarzy-katolików oznacza również ich posłannictwo i zadanie ewangelizacyjne, chrześcijańską powinność angażowania się w dzieło ewangelizacji medialnej, w dzieło nowej ewangelizacji dzisiejszego świata - poprzez potężne kanały nowoczesnych mediów jako "areopag współczesny", jako kulturowe forum ewangelizacyjne.

³⁶ Zob. *Orędzia papieskie na Światowe Dni Komunikacji Społecznej 1967-2002*. Oprac. i red. ks. M. Lis, Częstochowa 2003.

³⁷ Jan Paweł II, *Aby słowo Pańskie rozszerzało się i rozślawiło. Przemówienie do Papieskiej Komisji Środków Społecznego Przekazu*, OR 1986 nr 2 s. 32.

5. Jan Paweł II - wzór medialnego ewangelizatora

Ojciec Święty Jan Paweł II był nie tylko nauczycielem i teoretykiem dziennikarstwa, lecz także znakomitym wzorem ewangelizatora medialnego. Był po prostu - jak już wyżej podkreślaliśmy - człowiekiem mediów i prawdziwym przyjacielem dziennikarzy. Często swoje przemówienia do nich zaczynał właśnie słowami *Drodzy Przyjaciele*, a spotkania z nimi przeżywał ze szczerą radością i głęboką satysfakcją.

Na przykład podczas audiencji dla 1200 dziennikarzy włoskich i zagranicznych 27 stycznia 1987 r. wygłosił do nich dłuższe przemówienie, w którym po wstępnych słowach wdzięczności i radości ze spotkania powiedział: „Drodzy Dziennikarze! Przyjaciele! Pozwólcie, że Was tak nazwę. Nie tylko ze względu na relację, o której świadczy to spotkanie: relację szacunku, wzajemnego zaufania, przyjaźni. Ale jesteście przyjaciółmi także dlatego - powiem to już teraz, z pełni uczuć mojego serca i z wysokim poważaniem, z jakim Kościół i Stolica Apostolska odnoszą się do waszego zawodu - że można powiedzieć, iż jesteście naszymi ‘towarzyszami podróży’. W istocie jesteście specjalistami w dziedzinie przekazu. Ewangelizacja zaś, która jest pierwszym zadaniem Kościoła, ewangelizacja jako zapowiedź Królestwa - czyż nie jest także, przede wszystkim przekazem?”³⁸

Głęboka więź i niemal identyfikowanie się papieża Jana Pawła II z dziennikarzami, z ich "świętą misją" przekazywania prawdy, dobra i piękna, z misją ewangelizacyjną, a przede wszystkim niezwykle ożywiona działalność medialno-ewangelizacyjna samego Ojca św. pozwala go nazwać papieżem mediów, wielkim „dziennikarzem” Kościoła i przyrównać do św. Pawła Apostoła, o którym napisano, że gdyby żył w dzisiejszych czasach, byłby na pewno także dziennikarzem... Założyciel zgromadzenia zakonnego Paulistów, błogosławiony ks. Jakub Alberione napisał: „Gdyby żył św. Paweł, płonąłby tym samym podwójnym płomieniem, tym samym ogniem: gorliwości o sprawy Boże oraz o ludzi wszystkich krajów. Aby jego głos był słyszany, wstąpiłby na najwyżej położone ambony i pomnażałby swoje słowo przy pomocy środków społecznego przekazu: prasy, kina, radia, telewizji”³⁹.

Takim samym ogniem „gorliwości o sprawy Boże oraz o ludzi wszystkich krajów” płonął ponad 26 lat Papież-Polak, który przeszedł do historii Kościoła pod imieniem Jana Pawła II Wielkiego. Niewątpliwie był On największym misjonarzem chrześcijańskim wszech czasów, wielkim ewangelizatorem medialnym, wspaniałym wzorem dla dziennikarzy-katolików⁴⁰.

Oby tylko wszyscy aktywni dziennikarze-katolicy umieli wsłuchiwać się w nauczanie Jana Pawła II o dziennikarstwie jako "świętej misji" przekazywania wartości chrześcijańskich⁴¹! Oby też chcieli naśladować Ojca Świętego w jego gorliwości medialno-ewangelizacyjnej, jaką nieustannie płonął On w całym okresie swego niezwykle pontyfikatu!

VI. Wypełniać testament Jana Pawła II

³⁸ Jan Paweł II, *Wymiar społeczny jest racją bytu nowoczesnego dziennikarstwa*, OR 1984 nr 1-2 s. 9.

³⁹ J. Alberione, *Mysli*, Edycja Świętego Pawła, Częstochowa 2003 s. 52.

⁴⁰ Por. F. Lombardi, *Jan Paweł II i media*, www.opok.org.pl/biblioteka; M. Viatteau-Kwiatkowski, *Telewizyjna osobowość Papieża*. W: *Religijny wymiar telewizji. Materiały z III Warmińskich Dni Duszpasterskich, Olsztyn 1986.08.25-27*, Olsztyn

1990 s. 81-87; M. Skwarnicki, *Jan Paweł II jako osobowość telewizyjna*. W: *Religijny wymiar telewizji*, dz. cyt., s. 88-91.

⁴¹ Zob. J. Góral, *Jan Paweł II o środkach społecznego przekazu*, „Ethos” 1989 nr 8 s. 246-258; A. Lewek, *Podstawy edukacji medialnej i dziennikarskiej*, Warszawa 2003 s. 67-99 (wykaz orędzi i przemówień Jana Pawła II o mediach i dziennikarstwie).

Jeśli w naszej Ojczyźnie ma następować dalsza odnowa „tej Ziemi” poprzez inspirowaną naukami Jana Pawła II formację ludzkich sumień i postaw życiowych, poprzez właściwe kształtowanie rodziny, wychowania, polityki, gospodarki i stosunków międzyludzkich, jeśli społeczeństwo polskie wciąż na nowo ma się mobilizować i masowo jednoczyć - jak po czerwcu 1979 i kwietniu 2005 roku - wokół wzoru i nauczania Ojca Świętego Jana Pawła II, to również i przede wszystkim ludzie mediów, owej „czwartej” lub „pierwszej władzy”, owego potężnego narzędzia opiniotwórczego, powinni znajdować się w pierwszych szeregach nauczycieli narodu, którzy będą umiejętnie i wytrwale ubogacać rodaków tymi wartościami kulturowymi, duchowymi, religijno-moralnymi, jakie niestrudzenie głosił przez całe lata, a dziś niejako w testamencie nam pozostawił do wypełnienia - powtórzmy raz jeszcze - Jan Paweł II Wielki, Papież Tysiąclecia, największy autorytet moralny świata, doskonały wzór osobowy, charyzmatyk, człowiek święty, już dziś sługa Boży i kandydat na ołtarze.

Takiego Człowieka warto słuchać, jego pisma czytać, podziwiać i naśladować jego głęboką wiarę, religijną nadzieję i chrześcijańską miłość. Bardzo wielu ludzi mediów to właśnie czyniło w ostatnich dniach życia Jana Pawła II, tworząc o nim i przekazując wspaniałe programy telewizyjne i radiowe oraz artykuły prasowe, które jednoczyły Polaków, odnawiały ich moralnie i duchowo, zmieniały na lepsze „oblicze tej Ziemi”. Oby nadal tak czynili, spłacając dług należnej wdzięczności Przyjacielowi dziennikarzy! W ten sposób też wykonają Jego testament i spełnią „wielki zbiorowy obowiązek” (C. Norwid) wobec Ojczyzny, w której Duch Boży i duch Jana Pawła II mogą wspierać dzieło wciąż pożądanej odnowy społeczno-moralnej czy nawet „rewolucji moralnej” w narodzie polskim. Aktywny udział ludzi mediów w tej odnowie jest niezbędny i nie do przecenienia. Oby pomogła im w tym dziele inspirująca lektura i refleksyjne zgłębianie nauki Jana Pawła II o „świętej” misji mediów i dziennikarstwa!

Powyższy tekst jest *Wprowadzeniem* do książki:

Ks. Antoni Lewek (opracowanie i redakcja), *Media i dziennikarstwo w nauczaniu Jana Pawła II*, Warszawa 2008 s. 21-47.