

Rafał Leśniczak

Komunikowanie Kościoła w epoce digitalizacji – problemy i wyzwania

Media – Kultura – Komunikacja Społeczna 12/1, 105-107

2016

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Rafał Leśniczak

Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego

Komunikowanie Kościoła w epoce digitalizacji - problemy i wyzwania

Church Communication in the Age of Digitalization - Problems and Challenges

Sprawozdanie z międzynarodowej konferencji naukowej „Participation and Sharing: Managing Church Communication in a Digital Environment” [Udział i dzielenie się: zarządzanie komunikacją Kościoła w środowisku cyfrowym], Papieski Uniwersytet Świętego Krzyża w Rzymie, 26–28 kwietnia 2016.

Słowa kluczowe: mass media, komunikowanie, Kościół, media cyfrowe, opinia publiczna, media społecznościowe

Key words: mass media, communication, Church, digital media, public opinion, social media

W dniach od 26 do 28 kwietnia 2016 roku na Papieskim Uniwersytecie Świętego Krzyża w Rzymie odbyła się konferencja naukowa zatytułowana „Participation and Sharing: Managing Church Communication in a Digital Environment” [Udział i dzielenie się: zarządzanie komunikacją Kościoła w środowisku cyfrowym]. Organizatorem seminarium profesjonalnego był Wydział Komunikacji Społecznej PUSC (Facoltà Comunicazione Sociale Istituzionale della Pontificia Università della Santa Croce). Tytuł rzymskiego *convegno* nawiązuje do nowego kontekstu komunikacyjnego związanego z rozwojem technologicznym mediów ostatnich lat, w szczególności znaczącej roli *social media*. Celem konferencji była próba wskazania zagrożeń i nowych możliwości stojących przed osobami pracującymi w biurach prasowych instytucji kościelnych.

W konferencji naukowej wzięło udział ponad 350 uczestników, wśród których znaleźli się wykładowcy wyższych uczelni, rzecznicy prasowi instytucji kościelnych, pracownicy biur prasowych instytucji kościelnych i non-profit, dziennikarze, pracownicy mediów reprezentujący różne konteksty kulturowe i społeczne. Łącznie zostały wygłoszone 42 referaty w ramach sesji plenarnych i paneli dyskusyjnych oraz zostało przedstawionych 56 komunikatów. Uczestnicy spotkania postawili sobie wiele pytań, między innymi: Jak zarządzać wielokierunkowym przepływem informacji, w który zaangażowani są uczestnicy dyskursu publicznego? Jakie są najlepsze metody wsłuchiwania się w dyskurs

publiczny? W niniejszym sprawozdaniu autor zwraca uwagę tylko na niektóre teksty wystąpień uczestników konferencji, ze względu na ich szczególną aktualność i oryginalność, istotną w rozwoju nauk o mediach i komunikowaniu.

Marc Carroggio w wystąpieniu zatytułowanym „Communications in Concentric Circles: A Proposal for Church Communication Offices” zwrócił uwagę na nowe paradygmaty komunikowania społecznego. Zdaniem hiszpańskiego naukowca nowa panorama komunikacyjna osoby odpowiedzialnej za instytucjonalne komunikowanie powinna brać pod uwagę przechodzenie od paradygmatu mediatyzacji do paradygmatu dezintermediacji, od paradygmatu dyskursu do paradygmatu dialogu, od paradygmatu technologii do paradygmatu treści, od paradygmatu audytorium do paradygmatu *public square*, od paradygmatu cyklu informacji do paradygmatu przepływu informacji.

Charles Marsh w referacie „The New Role of Communicators: From Content Diffusers to Promoters of Culture” zauważył, że współczesny rozwój technologii cyfrowej oznacza, że każdy członek instytucji stał się osobą publiczną partycypującą w komunikowaniu instytucjonalnym. Ważne jest zrozumienie natychmiastowości przechodzenia dyskursów osób publicznych do agendy medialnej, między innymi za pośrednictwem *social media*. Odpowiedzialni za instytucjonalne komunikowanie powinni, zdaniem Ch. Marsha, tworzyć i rozpowszechniać wiadomości, promując wartości „napędzane kulturą przekazu”, która przeniknie każde przez nich podjęte działanie werbalne i niewerbalne. Profesor Uniwersytetu w Kansas wskazał kilka nowych strategii komunikacyjnych, w jego opinii istotnych we współczesnych procesach komunikowania instytucji, między innymi Force Field Analysis, Monroe’s Motivated Sequence, Planning Grid.

Margaret Doherty przedstawiła „Case Study – Nuns on the Rise”, ukazując możliwości wykorzystania mediów w promocji nowych powołań do życia zakonnego i kapłańskiego w Wielkiej Brytanii. W ciągu 10 lat, pomiędzy 2004 a 2014 rokiem, liczba powołań zakonnych wzrosła prawie dwukrotnie. Życie zakonne stało się atrakcyjnym wyborem dla wykształconych, dynamicznych młodszych i starszych kobiet w UK. Margaret Doherty zwróciła uwagę, że ponad 10 mln osób słyszało lub oglądało świadectwa powołań w programie nadawanym w BBC „Nuns on the Rise” i stąd też nowe media postrzega jako wyzwanie do lepszego komunikowania w świecie.

Norberto González Gaitano w referacie „Public Opinion in the Church. A Communicative and Ecclesiological Reflection” zaprezentował międzynarodowe wyniki badań opinii publicznej na temat Kościoła katolickiego w ostatnich 20 latach. Profesor N.G. Gaitano zauważył, że istnieje opinia publiczna o Kościele, nawet jeśli nie można postrzegać Kościoła jako wspólnoty politycznej czy demokratycznej. Zważywszy jednak, że jest ona wspólnotą, wymaga wymiaru komunikacyjnego. Opinię publiczną w odniesieniu do zagadnień wiary można nazwać *sensus fidelium*, co powinno zdaniem hiszpańskiego naukowca wyrażać się w respektowaniu dogmatów. Opinia publiczna w kwestiach zarządzania sprowadza się w Kościele do pryncypium hierarchicznego. Inne z kolei kwestie zakładają pluralizm poglądów i wolność.

W konferencji nie zabrakło również miejsca na wskazanie interdyscyplinarności procesów komunikowania w dzisiejszym świecie, w szczególności sposób relacji sztuka – religia – komunikowanie. Widoczne było to w wystąpieniu na przykład Antoniego Marii Sicariego („The Communication Power of Mercy”) czy Emmanuela Edwards („Faith and Art. Itinerary of the Vatican Museums”).

Konferencja naukowa organizowana przez Papieski Uniwersytet Świętego Krzyża w Rzymie zaoferowała spojrzenie na zagadnienia komunikowania z różnych perspektyw: politologicznej, socjologicznej, medioznawczej, kulturoznawczej. Oprócz horyzontu ściśle naukowego spotkanie dało obszerne miejsce dla refleksji dziennikarskich, możliwości porównania dziennikarskiej formacji akademickiej i profesjonalnej. Podczas konferencji Daniel Arasa zaprezentował nowe czasopismo naukowe „Church, Communication and Culture”, które ma przyczynić się do rozwoju społeczeństw opartych na wartościach ogólnoludzkich, prezentując aktualne badania nad rolą instytucji religijnych w przestrzeni publicznej. Nowy akademicki *peer review journal* rzymskiej uczelni ma zachęcić do refleksji intelektualnej i dyskusji naukowej na temat nowych ustaleń badawczych w dziedzinie komunikowania indywidualnego i instytucjonalnego. „Church, Communication and Culture” jest pismem *open access* Wydziału Komunikacji Społecznej PUSC, publikowanym we współpracy z wydawnictwem Routledge, Taylor and Francis.