

# Wojciech Węcowski

---

## Rola mediów w Kościele

---

Język - Szkoła - Religia 6, 497-504

---

2011

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](http://bazhum.muzhp.pl), gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

ks. Wojciech Węcowski  
Wyższe Seminarium Duchowne Diecezji Pelplińskiej

## ROLA MEDIÓW W KOŚCIELE

„Często narzekamy na zanieczyszczenie powietrza w niektórych częściach miasta, gdzie nie ma czym oddychać. To jest prawda: potrzeba zaangażowania wszystkich, aby uczynić miasto czystym. Jednakże istnieje inne zanieczyszczenie, mniej wyczuwalne dla zmysłów, lecz tak samo niebezpieczne. Jest nim zanieczyszczenie ducha; to, które sprawia, że nasze oblicza zaczynają być coraz mniej uśmiechnięte, a bardziej ponure, które doprowadza do tego, że przestajemy się wzajemnie pozdrawiać i patrzeć sobie prosto w oczy... Miasto zbudowane jest z ludzkich twarzy, ale niestety pewne zbiorowe dynamizmy powodują, że traci się zdolność uchwycenia ich głębi. Postrzegamy wszystko powierzchownie. Osoby stają się tylko ciałem, a to ciało traci duszę i staje się «rzeczą», przedmiotem bez twarzy, przedmiotem wymiany i konsumpcji”<sup>1</sup>. Te słowa papieża Benedykta XVI, wygłoszone podczas rozważania na pl. Hiszpańskim w Rzymie, odnoszą się do oddziaływania środków masowego przekazu we współczesnym świecie. Świadczą one o wielkiej trosce Ojca Świętego o człowieka. Powyższy fragment rodzi pytania: Jaka jest właściwa rola mediów we współczesnym świecie? Czy zmienia się ona wraz z szybkim rozwojem techniki? Aby móc na nie odpowiedzieć, zwróćmy uwagę na podstawowe założenia, jakie powinny realizować środki masowego przekazu w społeczeństwie, a tym samym i w Kościele.

Gdy mówimy o roli mediów, odnosimy się do określenia ich funkcji. Oznacza to, że z jednej strony należy wziąć pod uwagę zdolność techniczną danego środka medialnego, z drugiej zaś cel stawiany przez osobę/ instytucję, która go wykorzystuje, jako nadawca i jako odbiorca. Cel ten będzie zależał od hierarchii wartości użytkownika danego medium, jego wiedzy moralnej, przygotowania intelektualnego. Kościół zakłada pozytywne nastawienie do mediów. Przekonać się o tym można, czytając dekret Soboru Watykańskiego II o środkach społecznego przekazu *Inter mrfica*: „Wśród niezwykłych wynalazków techniki, które

---

<sup>1</sup> Benedykt XVI, Homilia na pl. Hiszpańskim w Rzymie, 8.12.2009, [www.opoka.org.pl](http://www.opoka.org.pl), z 20.06.2010.

zwłaszcza w najnowszych czasach ludzki geniusz z pomocą Bożą rozwinął spośród rzeczy stworzonych, Matka Kościół ze szczególnym zainteresowaniem przyjmuje i popiera te, które w największym stopniu dotyczą ducha ludzkiego i które otworzyły nowe drogi bardzo łatwego przekazywania wszelkiego rodzaju informacji, przemyśleń i zaleceń. Wśród tych właśnie wynalazków wyróżniają się środki, które ze swej natury zdolne są bezpośrednio wpływać nie tylko na poszczególnych ludzi, lecz także na zbiorowości i na całą społeczność ludzką, a mianowicie: prasa, kino, radio telewizja i inne tym podobne, które dlatego słusznie można nazwać środkami społecznego przekazu<sup>2</sup>. W tym samym kontekście wypowiada się Instrukcja Duszpasterska *Communio et progressio*: „Kościół widzi w środkach społecznego przekazu „dar Boży”, ponieważ zgodnie z opatrnościowymi zamiarami Boga doprowadzają one do braterskiej przyjaźni między ludźmi, którzy w ten sposób łatwiej odpowiadają Jego zbawczej woli<sup>3</sup>. Jednocześnie zaraz po tych słowach, ukazujących pozytywny wymiar mediów, podkreśla się, że warunkiem, który musi być spełniony, jest ich wykorzystywanie w sposób właściwy. Tylko wtedy „mogą przynieść rodzajowi ludzkiemu skuteczną pomoc, ponieważ służą odprężeniu i bardzo się przyczyniają do kształcenia umysłów oraz do rozszerzania i umacniania Królestwa Bożego<sup>4</sup>. W tych słowach widać zamiar Ojców Soborowych wykorzystania dla celów Kościoła wszelkich możliwych środków masowego przekazu. Realizacja tego zamiaru staje się możliwa, jeśli właściwie wykorzystana się wszystkie możliwości, jakie niosą media, mianowicie ich funkcje: rozrywkową, informacyjną, wychowawczą oraz ewangelizacyjną.

Żadna rola mediów współczesnych nie jest prosta, a składa się z różnych rodzajów funkcji podstawowych i funkcji towarzyszących<sup>5</sup>. Te dwa rodzaje ogólnych ról wpływają na nieustanne ubogacanie form kultury współczesnego człowieka. Należy bowiem mieć na uwadze, że każde medium posługuje się swoim językiem, a ten kreuje nową kulturę. Stąd warto przypomnieć charakter kulturotwórczych funkcji mediów przedstawionych przez współczesnego pedagoga Janusza Gajdę.

**1. Funkcja upowszechniania różnych treści** polega na dostarczaniu i uprzyśpieszaniu niezbędnych informacji i wiadomości odnoszących się do licznych aspektów życia człowieka; edukowaniu, a w tym na kształtowaniu potrzeb estetycznych człowieka. „Upowszechnieniu treści towarzyszy niekiedy proces udostępniania i wyjaśniania, a zatem występują równocześnie funkcja eksplikacyjna i funkcja kompensacyjna. W ten sposób odbiorcy mają możliwość poznania i ro-

<sup>2</sup> *Inter Mirifica* (IM), nr 1.

<sup>3</sup> *Communio et progressio* (CP), nr 2.

<sup>4</sup> IM, nr 2.

<sup>5</sup> J. Gajda, *Media w edukacji*, Kraków 2005, s. 43.

zumienia wielu aktualnych wydarzeń z życia społecznego i kulturalnego, mogą wzbogacać swoją wiedzę, uzupełniać braki edukacyjne, rozwijać zainteresowania lub poszerzać je o nowe dziedziny życia, czyli spędzać wolny czas kulturalnie”<sup>6</sup>.

Sobór Watykański II podkreślał, że informacja jest niezwykle potrzebna, ponieważ pomaga w postępie współczesnego człowieka i w umacnianiu coraz silniejszych więzów łączących całą wspólnotę ludzką. „Publiczne bowiem i szybkie przekazywanie informacji o wydarzeniach i sprawach dostarcza poszczególnym ludziom pełniejszej i aktualnej wiedzy na ich temat, tak że mogą oni sami wносить skuteczny wkład w dobro ogólne i wspólnie łatwiej popierać szerszy postęp całego społeczeństwa”<sup>7</sup>. Osoba posiada prawo do informacji dotyczących człowieka jako jednostki albo społeczności ludzkiej. Właściwe wykorzystanie tego prawa wymaga jednak, aby przekaz był zawsze prawdziwy co do swego przedmiotu przy pełnym zachowaniu sprawiedliwości i miłości. Ponadto, co do sposobu przekazywania, „wiadomość powinna być godziwa i stosowna, tzn. więcej respektować prawa moralne oraz prawa należne człowiekowi i szanować jego godność zarówno w gromadzeniu, jak i publikowaniu wiadomości”<sup>8</sup>. Informacja ma być oparta na faktach, „to znaczy dawać ich prawdziwy obraz, zgodny z wewnętrzną prawdą przedstawianych wydarzeń. Zasluga i wartość moralna jakiegos przekazu nie zależy od samego tylko tematu czy od doktryny, jaką temat ten zakłada, ale także od rodzaju przekazu, od sposobu przedstawienia, mówienia i przekazywania, dalej, od okoliczności towarzyszących i wreszcie, od odbiorców, do których dany rodzaj przekazu jest skierowany”<sup>9</sup>.

Przekazywana informacja ma służyć także formowaniu odpowiedniej opinii publicznej. Informacja w sposób wolny powinna rodzić w człowieku spontaniczne oznajmianie innym swojego zdania i nastawienia wewnętrznego. W ten sposób powstają wspólne obyczaje i rodzą się opinie publiczne, które są właściwe społecznej naturze ludzkiej<sup>10</sup>. „Pius XII określił opinię publiczną jako pewnego rodzaju obraz głosu, dzięki któremu wydarzenia i okoliczności znajdują powszechne i prawie spontaniczne odbicie w umysłowości i osądzie ludzi”<sup>11</sup>. Dlatego właśnie wolność w wypowiedaniu własnego przekonania jest konieczna dla formowania się opinii publicznej. Publiczne bowiem wyrażanie zdania umożli-

---

<sup>6</sup> Tamże.

<sup>7</sup> IM, nr 5.

<sup>8</sup> Tamże.

<sup>9</sup> CP, nr 17.

<sup>10</sup> CP, nr 24.

<sup>11</sup> Por. Przemówienie do dziennikarzy katolickich, 17.02.1950; por. także *Gaudium et spes*, 59.

liwia innym, w pewnych konkretnych okolicznościach miejsca, czasu i zwyczajów, poznanie poglądów grup o większym znaczeniu<sup>12</sup>.

**2. Funkcja ludyczna** odnosi się do przede wszystkim programów rozrywkowych. Rola ta zależy od wartości przekazywanych w programie i od poziomu intelektualnego odbiorcy<sup>13</sup>. Ta właśnie funkcja mediów jest najczęściej realizowana we współczesnym społeczeństwie. Istnieją bowiem liczne programy radiowe, telewizyjne, współczesne czasopisma kolorowe, które nastawione są tylko na tanią rozrywkę. Także nowe media, świat komputerów, zmierzają w tę stronę. Rozrywka ma znaczenie pozytywne, gdyż odwraca umysł od codziennych trosk i zapełnia w sposób pożyteczny czas wolny od zajęć. Zagrożeniem staje się wtedy, gdy odbiorcy ulegają do tego stopnia jej urokowi, że aż zaniedbują swoje obowiązki i tracą bezużytecznie czas<sup>14</sup>. Dlatego należy zwrócić szczególną uwagę, aby programy rozrywkowe kształtowały w odbiorcach wrażliwość na „wartości tkwiące w sztuce oraz możliwości kształtowania postaw moralnych. W ten sposób media pełnią również funkcje edukacyjne<sup>15</sup>.

**3. Funkcja stymulująca** polega na pobudzaniu odbiorców do aktywniejszego odbioru treści emitowanych z ekranu i na zachęcaniu ich do pełniejszego uczestnictwa w kulturze, dostarczaniu porad potrzebnych w ich życiu<sup>16</sup>. Także ta funkcja może spełniać istotną rolę w pogłębianiu życia religijnego. W przekazie religijnym najbardziej podkreśla się autentyczność danej osoby czy wydarzenia, bo wtedy dochodzi się do większej stymulacji.

**4. Funkcja wzorotwórcza** „polega na propagowaniu określonych stylów życia, ideałów, wzorów postępowania i zachowania, na upowszechnianiu treści wychowawczych, na lansowaniu określonych sylwetek ludzi odznaczających się zróżnicowanymi wartościami i osiągnięciami z różnorodnych dziedzin życia, nauki, techniki, sztuki. Szanse pełnienia przez media pozytywnych funkcji wzorotwórczych daje propagowanie określonych stylów godziwego życia, lansowanie godnych upowszechniania wzorów postępowania i zachowania, dostarczanie sugestywnych przykładów z życia innych ludzi<sup>17</sup>. Funkcja ta przydatna jest także w kształtowaniu postaw życia religijnego. Potrzebne są przekazy świadków wiary lub ukazywanie działalności poszczególnych stanów duchowieństwa, instytucji, np. hospicjów, seminariów, organizacji (*Caritas*).

**5. Funkcja interpersonalna** wynika z wszechobecności mediów. Dzięki nim właściwie każdy może poznawać nawet najbardziej oddalone miejsca, obce obyczaje. „Dokonyuje się ukulturowienie człowieka – odbiorcy i uczyłowieczenie

<sup>12</sup> CP, nr 24.

<sup>13</sup> Tamże.

<sup>14</sup> Tamże, nr 52.

<sup>15</sup> Tamże, nr 44.

<sup>16</sup> Por. tamże.

<sup>17</sup> Tamże, s. 45.

świata – większe zrozumienie dla innych ludzi<sup>18</sup>. Ta funkcja pozwala wykorzystać media do ukazania świata misyjnego. Dzięki mediom dziś to, co było kiedyś dalekie, nie do osiągnięcia, staje się obecne w naszym domu. Przekazywanie informacji o pracy duszpasterskiej w dalekiej Afryce, Ameryce Łacińskiej pomaga uwiarygodnić działalność misyjną duchownych.

Przedstawione funkcje kulturowe mediów odnajdują swoje odzwierciedlenie w przekazie o Kościele. Każda z nich może być wykorzystywana do głoszenia Ewangelii, co Sobór Watykański II uznał za podstawowy obowiązek związany z wykorzystaniem mediów w Kościele<sup>19</sup>.

Choć media spełniają ważną funkcję edukacyjną, nie możemy współcześnie człowieka edukować tylko przez środki masowego przekazu. Tak samo jest z ewangelizacją. Media mogą w swoim znakomitym przekazie tylko towarzyszyć wychowawczo ewangelizacji. Środek masowego przekazu ograniczoności może pomóc w zbliżeniu odbiorców do kwestii wzrastania w wierze, jednak nie spotykając się osobiście ze wspólnotą parafialną, kapłanem czy katechetą, człowiek może nie być w stanie rozwinąć w pełni swojej duchowości otrzymanej w akcie stworzenia przez Boga. Widzimy na przykład, że oglądanie czy słuchanie Eucharystii transmitowanej przez radio lub telewizję nie zastąpi bezpośredniego udziału w niej w kościele; film o tematyce biblijnej nie może zastąpić medytacji, natomiast może pomóc w jej udoskonaleniu; internetowa strona na temat jakiegoś sanktuarium nie jest tym samym, co pielgrzymka do miejsca świętego. Ewangelizacja w mediach może jednak mieć pewne ogólne znaczenie wychowawcze<sup>20</sup>. W wielu przypadkach media są jedynym kanałem do ewangelizacji ludzi. Pamiętamy w tym kontekście słowa Jana Pawła II, które zamieścił w encyklice *Redemptoris missio*, mówiące, że świat mediów jest dzisiaj pierwszym areopagiem współczesnych czasów<sup>21</sup>. Źródło tego porównania sięga korzeniami przemówienia św. Pawła w Atenach (Dz 17, 22-31) i w ten sposób dobrze wyraża potrzebę społeczeństwa współczesnej rzeczywistości. Miejscem, gdzie można tworzyć „kulturę medialną”, centrum rozmaitych kultur i religii. Pierwszym areopagiem współczesnego świata jest miejsce, gdzie spotyka się wiara i kultura człowieka, między którymi – jak podkreśla Papież – musi istnieć odnowiony dialog, który jest wyzwaniem dla tak zwanej „nowej ewangelizacji”<sup>22</sup>. To wyzwanie wyznacza

<sup>18</sup> Tamże.

<sup>19</sup> IM, nr 3.

<sup>20</sup> Por. G. Pantaghini, *Quale comunicazione nella chiesa? Una chiesa tra ideali di comunione e problemi di comunicazione*, EDB, Bolonia 1993, s. 159.

<sup>21</sup> Por. *Redemptoris Missio* (RM) 37.

<sup>22</sup> Por. Jan Paweł II, Audycja dla Zgromadzenia Plenarnego Papieskiej Rady Kultury: *Wzbudzajcie nową kulturę miłości i nadziei inspirowanej Prawdą*, Rzym 10.01.1992, nr 4; w: INS. XV/1/1992, s. 48; por. M.C. Carnicella, *Comunicazione ed evangelizzazione nella Chiesa*, Paoline, Mediolan 1998, s. 56.

drogę misji Kościoła w nowych warunkach, realizowaną zwłaszcza za pomocą mediów, które są narzędziami uprzywilejowanymi dla spełnienia tej roli, zwłaszcza w odniesieniu do ludzi młodych. Ci, którzy zechcą być zrozumiani przez nich, mają jedno wyjście: dostosować się do poziomu odbiorców, tj. poznać ich sposób myślenia, zainteresowania, ale także wykorzystywać preferowane przez nich środki komunikacji. To jak rozpoznanie „znaków czasu”, w których należy zobaczyć, jak możemy dziś dotrzeć do odbiorców<sup>23</sup>.

Nauczanie papieskie podkreśla często, że ewangelizacja jest niczym innym, jak daniem świadectwa<sup>24</sup>. Uprzywilejowane narzędzia w procesie nowej ewangelizacji, jakimi są media, a zwłaszcza telewizja, mogą w wyjątkowy sposób przedstawić jakiś przykład życia w wierze. W ten sposób także – pośrednio – dokonuje się wyjaśnianie Ewangelii. Współczesny odbiorca potrzebuje świadków „zewnętrznych”, ponieważ wierzy im bardziej, niż swoim nauczycielom. Tutaj wypada wspomnieć słowa Pawła VI, do którego często nawiązuje Jan Paweł II: „Człowiek współczesny słucha chętniej świadków, niż nauczycieli, a jeśli słucha nauczycieli, to czyni to dlatego, że są świadkami”<sup>25</sup>.

Tematyka świadectwa wiary otwiera zagadnienie komunikacji instytucjonalnej Kościoła. Za pomocą wydarzeń, jakimi są promocja postaci albo promocja poszczególnych instytucji kościelnych i ich działalności<sup>26</sup>, możemy rozwijać proces ewangelizacji. Z pewnością nie jest łatwo przedstawić realizację Ewangelii w życiu, ale właśnie tu jest pole dla dziennikarskiego profesjonalizmu. Mówimy często, że w dziennikarstwie szuka się tylko sensacji. To prawda, ale także my w środowisku chrześcijańskim mamy ich wiele: rodziny zmagające się z trudnościami; wychowanie dzieci do wiary; osoby, które pomagają i są bliskie Kościołowi; świat misji; wydarzenia z życia Ojca Świętego itp. – te wszystkie tematy mogą wpłynąć na rozwój ewangelizacji. W tej chwili rysuje się przyszła perspektywa Kościoła w formowaniu instytucji dla promocji **nowej ewangelizacji**. Nie chodzi o samą modlitwę i transmisję mszy św., ale o wychowanie do modlitwy albo udziału we mszy św., do życia w wierze. W ostatnich latach Benedykt XVI podkreśla wyraźnie wykorzystanie nowych mediów w procesie ewangelizacji. W świecie cyfrowym obecny Papież widzi miejsce dla duszpasterstwa, namawia, aby „zaprząć media w służbie Słowa”<sup>27</sup>. Perspektywa duszpasterza zatem ma objąć również blogi, strony web, portale społecznościowe, animacje. Nowe media stanowią bowiem wielką szansę dla wierzących, a „žad-

<sup>23</sup> Por. *Catechesi tradendae* (CT) 35. 39. 40.

<sup>24</sup> Por. RM 42.

<sup>25</sup> *Evangelii nuntiandi* (EN) 41.

<sup>26</sup> Por. J. Stoquart *Il marketing – evento*, Francoangeli, Mediolan 1992, s. 68-72.

<sup>27</sup> Benedykt XVI, Orędzie na Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu: *Kapłan i duszpasterstwo w świecie cyfrowym: nowe media w służbie Słowa*, 2010, [www.opoka.org.pl](http://www.opoka.org.pl), z 20.06.2010.



na droga nie powinna i nie może być zaniechana przez tego, kto chce być bliżej człowiekowi<sup>28</sup>.

Korzystanie z nowych mediów wymaga jeszcze większego uwrażliwienia na sprawy moralne, godność człowieka, prawdę, która często jest przemieniana w symulację, prawdę wirtualną. Dlatego duszpasterz, podejmując się ewangelizacji przez nowe media, w pierwszej kolejności musi zadbać o swoją głęboką formację i o autentyczną pracę duszpasterską.

Od kwestii dawania świadectwa przechodzimy do drugiego poziomu „nowego wychowania”: katechezy. Narzędzia komunikacji społecznej są w stanie najskuteczniej przedstawić rodzinom albo poszczególnym osobom Ewangelię i naukę Kościoła<sup>29</sup>. Istnieje też grupa tematów o charakterze osobistym, o które często ludzie nie mają odwagi zapytać. Środki komunikacji są odpowiednie dla wyjaśniania takich kwestii. Nie chodzi w tym tylko o nauczanie Kościoła, ale także o promocję potrzeb ludzkich, o to, by ludzie mogli lepiej zrozumieć swoje prawdziwe znaczenie pośród wszystkich stworzeń we wszechświecie. Ojciec Święty wyraził to podczas Światowego Dnia Środków Społecznego Przekazu w 1984 r.: „Niech więc ci, którzy wykorzystują środki przekazu społecznego do celów ewangelizacji, wnosząc tym samym wkład w budowę podłoża kulturalnego, będą przeświadczeni o swym wzniosłym posłannictwie. Oby posiadali konieczne przygotowanie zawodowe i czuli się odpowiedzialni za to, że orędzie ewangeliczne będzie przekazywane w całej swej czystości i integralności, bez mylenia nauki Bożej z opiniami ludzi<sup>30</sup>”.

Aby móc wypełniać odpowiednią rolę ewangelizacyjną ważne jest zwrócenie uwagi na komunikację instytucjonalną Kościoła, a w niej komunikację zewnętrzną i wewnętrzną. Przekazywanie informacji o Kościele zgodnej z prawdą jest pierwszą funkcją, jaką mają do spełnienia media. W dobie wielu zarzutów kierowanych przeciw Kościołowi, duszpasterzom dobra informacja pomaga w budowaniu pozytywnego obrazu Kościoła, hierarchii i posługi duchownych. W wielu przypadkach media komercyjne, poza jakimś skandalem, który oczernia Kościół, nie informują o nim w ogóle.

Dobrą informację buduje się na odpowiedniej komunikacji wewnętrznej. Komunikacja ta ułatwia szybszą wymianę komunikatów, lepsze realizowanie programów duszpasterskich i umacnia poczucie przynależności do struktury diecezji i Kościoła Powszechnego.

<sup>28</sup> Tamże.

<sup>29</sup> Por. Jan Paweł II, Orędzie dla krajowego radia katolickiego: *Wielkie zadanie edukacyjne środków komunikacji społecznej*, 30. 01. 1985, nr 4; w: INS.VIII/1/1985, s. 263; por. też EN 46.

<sup>30</sup> Jan Paweł II, XVIII ŚDŚSP, *Środki społecznego przekazu pomostem pomiędzy wiarą i kulturą*, 24. 05. 1984; w: dz. cyt., s. 883.



Posoborowa instrukcja o środkach przekazu *Communio et progressio* już w samym tytule podkreśla, że rola mediów to wspólnotowość i postępek człowieka. Ten cel nigdy nie będzie zrealizowany, jeśli media nie będą broniły godności człowieka i prawdy. O te dwa kierunki musi dbać przede wszystkim Kościół i pomagać innym w ciągłym dążeniu do poszanowania człowieka w jego prawdziwym wymiarze. Jedność, wspólnota gwarantują dziś postępek społeczeństwa. Rola mediów nie zmieniła się. Środki przekazu nieustannie niosą ze sobą pozytywny potencjał. Należy dzisiaj, gdy mamy do czynienia z bardzo szybkim rozwojem środków technicznych, pamiętać, że coraz częściej wartość i znaczenie środków przekazu społecznego zależą od sposobu użycia ich przez wolnego człowieka. To natomiast wymaga pilnej edukacji medialnej, także w obszarze Kościoła.

Rola mediów pozostaje taka sama, jak była zawsze, ale sposoby, w jaki wykorzystywane są środki komunikacji ze strony nadawcy i odbiorcy, ulegają zmianie. Stąd konieczność rzetelnego zwrócenia uwagi na odpowiednie przygotowanie osób pracujących w mediach i edukowanie odbiorców do odpowiedzialnego korzystania z mediów. Rzetelność jest bowiem podstawowym warunkiem, aby media spełniały pozytywną rolę dla Kościoła, a tym samym kreowały prawdziwy jego obraz.

### Summary

The mass media are not just simple devices but they play certain defined roles in contemporary society. Media disseminate various contents, they function as entertainment, stimulate better reception of the transferred contents, promote certain lifestyles, show distant cultures and peoples' lives in various parts of the world. Not only do the mass media help to educate people but also to deepen their faith. It is done by evangelization and religious education. The former refers to teaching how to pray, participating in religious life with a greater involvement as well as bearing Christian testimony. With religious education taken into consideration, the mass media may perfectly explain the truths of faith or teachings of the Church. The two latest popes openly encourage to evangelize and educate: John Paul II and Benedict XVI. The current Pope focuses in his teachings on a greater and greater usage of the new media in pastoral work.