

Baczyński, Andrzej

Jana Pawła II widzenie mediów masowych

Warszawskie Studia Pastoralne 4, 51-64

2006

Artykuł został zdigitalizowany i 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 oraz w kolekcji mazowieckich czasopism regionalnych mazowsze.hist.pl.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

ks. Andrzej Baczyński*

Jana Pawła II widzenie mediów masowych

Wybór Polaka na Stolicę Piotrową stanowi przełomową datę w dziejach Kościoła i to rozważanych na wielu płaszczyznach, a na pewno wyznacza nową jakość w kontaktach papieżstwa ze światem mediów. A był to dopiero początek tego fascynującego związku, jaki Jan Paweł II zaproponował środkiem przekazu. Nigdy przedtem nie były one tak zażyłe i tak owocne. Owszem, media już wcześniej interesowały się Kościołem, a zwłaszcza papieżstwem, ale nie można stwierdzić, że fakt ten w jakiś zasadniczy sposób odcisnął swoje piętno na duszpasterskiej aktywności Kościoła, ani też, że istniała jakaś szczególna więź pomiędzy kolejnymi papieżami a środowiskami medialnymi.

Poprzednicy

Lektura dokumentów Kościoła ostatnich dekad XIX i pierwszej połowy XX wieku pokazuje nieufność, a niekiedy nawet niechęć do nowo powstających mediów, wtedy – głównie prasy i kina. Wychozące po dziś *L'Osservatore Romano* powołano do życia w 1861 r. nie jako narzędzie pomocne w ewangelizacji, ile raczej jako antidotum na tzw. złą prasę deprawującą umysły, dobre obyczaje, szerzącą

* Ks. Andrzej Baczyński, kapłan Archidiecezji Krakowskiej, absolwent teatrologii – filmoznawstwa Uniwersytetu Jagiellońskiego, dr hab. teologii, adiunkt w katedrze teologii pastoralnej Papieskiej Akademii Teologicznej w Krakowie, dyrektor Podyplomowego Studium Dziennikarskiego PAT, kierownik Redakcji Programów Katolickich TVP Kraków, członek Komisji Episkopatu ds. Transmisji Mszy Św. w Telewizji, autor kilkuset programów telewizyjnych i filmów dokumentalnych. Autor książki: *Telewizja w służbie ewangelizacji* (1998), *Telewizja a świat wartości* (2003), *Wartości chrześcijańskie w przekazie telewizyjnym. Studium pastoralne* (2004).

błędy teologiczne i atakującą Kościół. Katolicka dobra prasa miała więc przede wszystkim odierać ataki na Kościół, demaskować oszczerstwa i zapobiegać szerzącym się błędom.¹

Kino, wynalezione jeszcze za pontyfikatu Leona XIII, początkowo wzbudziło zainteresowanie i pewne nadzieje, na co mogą wskazywać życzliwe spotkania papieża z ekipami filmowymi w ogrodach watykańskich w 1896 i 1898 r. Kiedy jednak film stoczył się w kierunku jarmarcznej rozrywki, początkowa życzliwość rychło przemieniła się w niechęć, dość że Stolica Apostolska dekretem z 1909 r. zakazała duchownym katolickim bywania w kinach pod groźbą suspensy², wnet dołączył do tego kolejny dokument zakazujący wyświetlania jakichkolwiek filmów w obrębie budynków kościelnych. Dopiero Benedykt XV w trudnych latach I wojny światowej rozważał możliwość wykorzystania filmu w dziele ewangelizacji.

Od 1931 r. nadawało swoje audycje Radio Watykańskie. W tymże roku było na świecie pięć, może sześć rozgłośni radiowych, ta – watykańska była najnowocześniejsza. Dwa lata wcześniej Pius XI w sprawie kościelnej rozgłośni zwrócił się do samego Guglielmo Marconiego, wynalazcy radia. Prośba papieża dotyczyła przestudiowania możliwości wykorzystania nowego wynalazku w pracy apostołskiej. Radio Watykańskie było więc w chwili oddania do użytku ostatnim słowem nauki i techniki. Przesłanie wzywające do pokoju i błogosławieństwo, z którymi Pius XI zwrócił się do ludzkości 12 lutego 1931 r. około godziny 17, usłyszał cały cywilizowany świat. Powtórzone je wnet w kilku językach – po włosku, angielsku, hiszpańsku, niemiecku, francusku, a także po polsku i po rosyjsku.

W latach 20. i 30. XX wieku rośnie w Kościele (zwłaszcza za sprawą ogromnej popularności kina) świadomość wpływu jaki media zaczynają wywierać na ludzkie życie. Tego faktu nie można było ani zlekceważyć, ani przemilczeć, rozsądek nakazywał włączyć się w nurt mediów i ratować człowieka przed złągubnym wpływem niemoralne-

¹ Zob. Statut „L'Osservatore Romano”, 26 VI 1861; por. Leon XIII, „Dall'alto”. Encyklika z 15 X 1890, w: *Kościół o środkach komunikowania myśli*, red. J. Góralski, K. Klauza, Częstochowa 1997, s. 16–17.

² Zakaz ten potwierdzono w dekrete kardynała Wikariusza Rzymu *Essendoci noto* z 25 V 1918 r. za pontyfikatu Benedykta XV.

go przekazu. Stolica Apostolska zachęca więc do zakładania parafialnych czytelni i kin. Równocześnie prowadzone są różnego rodzaju krucjaty na rzecz umoralnienia środków przekazu, m.in. zaleca się, aby wierzący świeccy podejmowali pracę na wszystkich poziomach produkcji i dystrybucji mediów. Echo tego, nieco moralizującego i cenzorskiego spojrzenia na media znajdujemy jeszcze w encyklice *Miranda prorsus* Piusa XII z 1957 r. Warto dodać, że papież ten wydał ponad 80 dokumentów na temat filmu, sam zaś chętnie posługiwał się radiem, ufając w możliwość zbliżania ludzi między sobą przy pomocy tego medium.³ Swoistą ciekawostką pontyfikatu Piusa XII pozostaje eksperyment z telewizją. Końcem 1948 r. rząd francuski na prośbę Episkopatu Francji podarował Watykanowi stację telewizyjną. Uruchomiono ją w Bazylice św. Piotra dla obsługi telewizyjnej Roku Świętego 1950. Przez tenże rok emitowała ona codziennie godzinne programy. W owym czasie nie działała jeszcze we Włoszech telewizja, toteż stacja watykańska nie miała przed sobą wielkich szans na rozwój. Niemniej, obecność kamer telewizyjnych na uroczystościach Roku Świętego, choć krótka, przyczyniła się zapewne do oswojenia się z widokiem urządzeń technicznych podczas sprawowania liturgii, w przyszłości – będzie to zjawisko powszechne i prawie niezauważalne.

Jan XXIII lubiany powszechnie za swój życiowy optymizm i dobroć, zdobył w krótkim czasie sympatię mediów. Nazywany proboszczem świata zainicjował zmiany, które miały otworzyć Kościół na dynamicznie ewoluujący świat i meandry ludzkiego życia, coraz częściej dryfującego obok oficjalnego nurtu Kościoła. Zapowiedział to w encyklice *Ad Petri Cathedram* z 1959 r.⁴ W nurcie owych zmian umieścić można naturalną skłonność papieża do dialogu, również ze światem mediów. W czasie licznych audiencji dla dziennikarzy Jan XXIII wykazywał nieznaną dotąd w Kościele otwartość. Był bardziej życzliwym doradcą i przyjacielem, niż nauczycielem. Nowy,

³ Pius XII, *We Welcome*. Przemówienie z 5 IX 1945 r., w: *Kościół o środkach komunikowania myśli*, dz. cyt., s. 49–50.

⁴ Podstawowy cel soboru to dalszy rozwój wiary katolickiej, obyczajowa odnowa i dostosowanie nauki Kościoła do wymogów naszych czasów. Jan XXIII, *Ad Petri Cathedram*. Encyklika z 29 VI 1959 r., w: J. Wnuk, *Quo vadis Ecclesia?*, Warszawa 1963, s. 6.

bezpośredni styl kontaktów, dobry stosunek do dziennikarzy, zwrócenie uwagi na pozytywne aspekty działalności mediów zaowocowały tym, co Jan Paweł II całkiem świadomie i z dużym sukcesem wykorzystał w pracy apostołskiej – sympatią do osoby papieża, która wzbudziła zainteresowanie nauczaniem Kościoła.

Pontyfikat Pawła VI, to czas kontynuacji zamysłu Jana XXIII i rozwijania myśli soborowej, ale także okres podtrzymywania nie-długiej przecież tradycji bliskich kontaktów ze środowiskami mediów masowych. Paweł VI podobnie jak jego poprzednik, starał się wprowadzać dobrą atmosferę podczas spotkań z dziennikarzami i dać wyraz swojej życzliwości i zrozumienia dla ich trudnej pracy. Zgadzając się na wywiad przeprowadzony przez świeckiego dziennikarza udowodnił, że otwarcie bram Watykanu dla świeckich mediów jest faktem, a papież nie ma chęci podporządkowania sobie wszelkiej ludzkiej działalności. Wprost przeciwnie – jest otwarty i proponuje rozpoczęcie nowego rozdziału we wzajemnych kontaktach, opartego na współpracy i dostrzeganiu wspólnych celów.⁵ Choć Paweł VI nie stronił od radia i telewizji, a w orędziach przekazanych przy pomocy tych mediów mówił o potrzebie lepszego i pełniejszego ich wykorzystania w misji Kościoła⁶, to jednak nie wyszedł poza serdeczną oficjalność kontaktów, zapewne z racji na urząd, który sprawował, a po trosze ze względu na swój charakter i osobowość – intelektualisty i duchowego ascety. Prawdziwa wiosna dla mediów przyszła z osobą Jana Pawła II.

Nowe widzenie mediów

Mass media stały się sprzymierzeńcem nowego papieża już w momencie jego pojawienia się w Loggi Błogosławieństw w dniu wyboru. Pokora i bezpośredniość Jana Pawła II usunęły obecny za-zwyczaj w takich momentach dystans, a audiencja dla przedstawicie-

⁵ Paweł VI, *Salute, fratelli*. Przemówienie z 6 V 1967 r.

⁶ Zostało to jasno wyrażone w dekrete soborowym o środkach społecznego przekazu *Inter mirifica*, zwłaszcza w numerach 1, 2 i 3. Kościół katolicki ustanowiony został przez Chrystusa Pana, aby wszystkim ludziom nieść zbawienie, i wobec tego przynaglony koniecznością przepowiadania ewangelii, uważa za swój obowiązek głosić orędzie zbawienia również przy pomocy środków społecznego przekazu oraz uczyć ludzi właściwego z nich korzystania (*Inter mirifica*, nr 3).

li międzynarodowej prasy w pięć dni po wyborze zapowiedziała nawiązanie nieznanych w historii papiestwa relacji z mediami. Papież zawarł wtedy swoistą umowę ze środowiskami mediów.

Ośmielam się zachęcić was do wysiłku w kierunku porozumienia, jakby do pewnego rodzaju umowy: kiedy robicie reportaż na temat życia i działalności Kościoła, starajcie się przede wszystkim o zrozumienie autentycznych, głębokich i duchowych motywacji myślenia i działania Kościoła. Kościół zaś ze swej strony będzie wysłuchiwał obiektywnego świadectwa dziennikarzy na temat oczekiwań i potrzeb współczesnego świata. Nie znaczy to, oczywiście, jakoby Kościół brał wzór dla swego posłannictwa od świata współczesnego. Tylko bowiem Ewangelia stanowi inspirację dla postawy Kościoła.⁷

Wyraźnie podkreślając, co stoi u źródeł działań Kościoła, papież kieruje w tej propozycji jasne przesłanie do świata mediów, ujawniając – nie dla kokieterii i zyskania przychylności – jak wielką wagę przywiązuje do mediów, widząc w nich istotny wymiar współczesnej rzeczywistości, lustro ludzkich losów, radości, niepokoju i oczekiwań. Można w niej odczytać także głębokie przeświadczenie papieża, że upowszechnienie jakiegokolwiek przesłania jest dziś niemożliwe bez udziału mediów. Przeświadczenie to wypływa nie tylko z oceny użyteczności mediów dla ewangelizacyjnej misji Kościoła, ale także, a może przede wszystkim – z oceny tego, czym media dysponują. A dysponują siłą zdolną poruszyć nie tylko jednostki, ale całe społeczności. Siła mediów jest tak wielka, że wpływają one nie tylko na to, jak ludzie myślą, ale także o czym myślą. Dla wielu rzeczywistością jest to, co środki przekazu uznają za rzeczywiste; wszystko czemu nie poświęcają uwagi, wydaje się pozbawione znaczenia.⁸ Określenia społeczeństwo epoki informacji, pokolenie mass mediów zwracają uwagę na pewien znamieny i ciężący w skutkach fakt: ludzka wiedza o życiu i sposób myślenia o nim są w znacznym stopniu zeterminowane przez środki przekazu; nawet ludzkie doświadczenie jest w dużej mierze doświadczeniem zdobytym za pośrednictwem mass mediów. Gruntowne przekształcenie elementów, z pomocą któ-

⁷ Jan Paweł II, *Informacja na usługach prawdy*. Audiencja dla dziennikarzy 21 X 1978, w: Jan Paweł II, *Nauczanie papieskie*, t.1, Poznań-Warszawa 1987, s. 12.

⁸ Papieska Rada ds. Środków Społecznego Przekazu, *Aetatis novae*, nr 4.

rych człowiek poznaje otaczający go świat oraz weryfikuje i wyraża to, co poznał, dotyka także sfer życia religijnego. Kształtuje społeczny obraz Kościoła i ma istotny wpływ na struktury kościelne i sposoby ich funkcjonowania.⁹

Jak słusznie podkreśla F. Lombardi, dyrektor Watykańskiego Ośrodka Telewizyjnego, rozpoznanie świata mediów pozwoliło Janowi Pawłowi II podejść do nich ze spokojem i pokorą. Papież starał się rozumieć media i brać pod uwagę w swojej pracy apostołskiej mechanizmy przekazu informacji w dzisiejszym świecie. W jego postawie nie było widać leku przed mediami ani też woli podporządkowania się im. *Papież – pisze F. Lombardi – dobrze wie, co chce i powinien powiedzieć, i z całą pewnością nie zmienia tego powodowany lękiem przed mediami albo sympatią do nich. Nie jest mu jednak obojętne, czy to, co mówi, zostanie zrozumiane, czy też nie.*¹⁰ Papież szuka sprzymierzeńców w nawiązaniu dialogu ze współczesnym światem i znajduje ich wśród pracowników mediów, zwłaszcza dziennikarzy. F. Lombardi jest przekonany, że wpływ ma na to nie tylko naturalna skłonność papieża do bezpośredniości w kontaktach z ludźmi, ale także osobiste doświadczenia Karola Wojtyły. Być może na skutek wieloletniego obcowania ze światem pozbawionym wolności słowa, papież stworzył sobie pozytywną wizję mediów „wolnego świata” i idąc dalej zaproponował owym mediom współpracę, co spotkało się z entuzjastycznym przyjęciem. Tym bardziej, że środowiska medialne na zachodzie przyzwyczajone były dotąd raczej do tradycyjnej nieufności lub co najwyżej rezerwy ze strony kościelnych instytucji i środowisk. Ta nowość prezentowana w postawie papieża wobec mediów została natychmiast dostrzeżona. F. Lombardi określa ją jako optymistyczną, bardziej skłoną dostrzegać pozytywny potencjał mediów, niż lękać się ich zasadzek i negatywnych działań, których zresztą papież nie przemilczał, a wprost przeciwnie, z całą życzliwością dla dziennikarzy punktował i poddawał krytyce. Więcej jednak było w tym miłości i troski niż napomnień i nagan. W ten sposób – pisze F. Lombardi – okazując szczerzy szacunek dla dziennikarzy

⁹ Tamże.

¹⁰ F. Lombardi, *Jan Paweł II i media*, „L'Osservatore Romano” (wyd. pol.) 9(2003), s. 38.

i dla ich pracy, rzucał im wyzwanie, aby stawali się lepsi, niż są w rzeczywistości.

Budowanie więzi i prowadzenie dialogu z mediami zapoczątkowane w dniu inauguracji skonkretyzowało się już w styczniu 1979 r. na pokładzie samolotu *Alitalii*, podczas pierwszej pielgrzymki Jana Pawła II do krajów Ameryki Łacińskiej. W kilka minut po starcie papież pojawił się niespodziewanie w przedziale dla dziennikarzy witając się z każdym osobiście i zamieniając parę słów. Następnie przeszedł godzinę odpowiadając na pytania i tym razem powtórzyła się atmosfera bezpośredniości z pierwszej audyencji, udzielonej przedstawicielom międzynarodowej prasy kilka dni po swoim wyborze. Na pytanie włoskiego dziennikarza z agencji prasowej ANSA o reakcje papieża na opinie, jakie o nim wypowiadają dziennikarze na łamach czasopism odpowiedział:

*Czytam regularnie prasę, a zwłaszcza tę, która mnie krytykuje. Jeżeli dziennikarze piszą o mnie w sposób pozytywny, interesując się każdym moim krokiem, to wszystko w porządku, ale to mniej ciekawe. Czytam przede wszystkim dzienniki lewicowe, ponieważ mnie krytykują pouczając, co powinienem robić... zastanawiam się nad tym, bo stale trzeba się uczyć. Czytam tę prasę właśnie dlatego.*¹¹

Szczerłość i odwaga w przełamywaniu barier ze światem mediów owocowała i tym, że papież nawet w oczach niechętnych papieżu dziennikarzy i lewicującej prasy zyskiwał szacunek i skupiał uwagę całego świata. Co zresztą stało się kolejnym atutem jego apostolskiego posługiwania. Jan Paweł II przez całe lata był w centrum wydarzeń medialnych, każde jego publiczne pojawienie się, każda czynność liturgiczna, audyencje, pielgrzymki, spotkania ze zwyczajnymi ludźmi, politykami, dygnitarzami, artystami nabierały cech medialnych. Wydarzeniem medialnym stawały się nawet świadomie lub nieświadomie czynione gesty i niekonwencjonalne zachowania.

¹¹ *Jan Paweł II w Ameryce Łacińskiej. Przemówienia i homilie*, Warszawa 1980, s. 15–16.

Kreator wydarzeń medialnych

Jan Paweł II jest uznawany za pierwszego papieża świadomie tworzącego tego typu wydarzenia. Osoby o takich umiejętnościach określane są w świecie dziennikarskim terminem – *newsmaker*. Określenie to posiada zarówno pozytywny, jak i negatywny wydźwięk. W tym drugim przypadku dotyczy osób uczestniczących w życiu publicznym – najczęściej artystów, ludzi biznesu, polityków, których świadome działanie sprawia, że stają się nieustannie swoistą pożywką dla mediów. Aktywność papieża w kierunku tworzenia wydarzeń medialnych ma zgoła inny charakter. Wykorzystuje on niezwykle zainteresowanie świata środków przekazu swoją osobą, tym, co dzieje się na Watykanie, lub podczas pielgrzymek, by kierować ich uwagę na sprawy, którymi żyje Kościół, które stanowią centrum jego nauczania. W ten, nieco pośredni sposób ewangeliczna prawda ma szansę zaistnieć w świecie, budowanym nierzadko z dala od chrześcijańskich wartości. Ta nowa postawa – uważa kard. A. M. Deskur – nie zapewnia automatycznie powszechnego uznania dla głoszonych przez papieża prawd, ale przynajmniej pozwala im dotrzeć do możliwie szerokiego kręgu odbiorców. Jest też praktycznym wyrazem tego, co głosi Jan Paweł II o środkach przekazu. Najogólniej ujmując – czynią one świat coraz mniejszym, a kiedy są należycie używane, mogą czynić go lepszym.¹²

Kreatywność wydarzeń medialnych sprawia, że pontyfikat Jana Pawła II określa się terminem medialny, nie jest to jednak jedynie prosta reakcja na nadzwyczajne umiejętności papieża, ma ona bowiem u swojego podłoża coś o wiele trwalszego. Chodzi o wizję mediów, którą papież konsekwentnie budował od pierwszych dni swojego pontyfikatu. A jest ona ugruntowana na nadziei. Ta zaś znajduje oparcie w uznaniu, że media jako dar Boży, można wykorzystać zgodnie z ich przeznaczeniem w służbie człowiekowi, w służbie wymiany myśli i dialogu, co z kolei przyczyni się do budowy nowego ładu w świecie w duchu sprawiedliwości i *przejścia od równowagi strachu do strategii zaufania*.¹³

¹² Jan Paweł II, *Orędzie do uczestników Kongresu ds. Komunikacji Między Religiami*, w: Jan Paweł II, *Nauczanie papieskie*, t.3, Poznań-Warszawa 1985, s. 609.

¹³ Jan Paweł II, *Środki społecznego przekazu w służbie sprawiedliwości i pokoju*.

Skupiając zainteresowanie mediów wokół głoszonych przez siebie prawd Jan Paweł II tworzył zatem ważną platformę dialogu pomiędzy Kościołem a światem, a to niewątpliwie przyczyniało się do powiększania przestrzeni wzajemnego zrozumienia, przekazywania pełnej i wszechstronnej informacji o Kościele i tworzenia właściwej opinii publicznej, dodajmy – życzliwej dla Kościoła.

Sprawę tworzenia moralnie zdrowej opinii publicznej papież ściśle wiązał z dobrem całej ludzkości. Jan Paweł II był przekonany, że skupienie uwagi mediów na nauce Kościoła, poprzez posługę papieża sprzyja budzeniu wrażliwości na tak fundamentalne kwestie, jak wartość życia ludzkiego, integralność rodziny i nierozzerwalność małżeństwa, wzajemny szacunek pomiędzy narodami, odrzucenie wszelkich form dyskryminacji, pokojowe rozwiązywanie konfliktów i napięć w świecie, rozwiązywanie problemów społecznej niesprawiedliwości. Do katalogu spraw społecznych należy dodać – kształtowanie właściwej opinii publicznej w dziedzinie moralności i religii po to, by opinia publiczna respektowała i ceniła wartości moralne i religijne, które nadają życiu ludzkiemu pełny sens. Dla Jana Pawła II była to sprawa pilna, ze względu na zagrożenia płynące ze strony nihilizmu, permissywnizmu, mentalności hedonistycznej i materialistycznej.¹⁴

Szczególną troską Jana Pawła II było takie kształtowanie opinii publicznej, by ujmowała ona we właściwy sposób naturę, posłannictwo i dzieło Kościoła, który nader często postrzegany jest jednowymiarowo, jako struktura czysto ludzka, z pomijaniem tego, czym jest w pełni, czyli rzeczywistością wcielającą w historię miłość Boga i niosącą ludziom słowo i łaskę Chrystusa.¹⁵

Tworząc „wydarzenia medialne”, Jan Paweł II potwierdzał, że widzi w środkach przekazu skuteczne narzędzie oddziaływania w kierunku kształtowania zdrowej opinii publicznej. Takimi wydarzenia-

Orędzie na XXI Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu (1987), w: *Orędzie Ojca Świętego Jana Pawła II*, t. 1, Kraków 1998, s. 236–237.

¹⁴ Jan Paweł II, *Kształtowanie opinii publicznej*. Orędzie na Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu (1986), w: *Orędzie Ojca Świętego Jana Pawła II*, t. 1, dz. cyt., s. 233–234.

¹⁵ Tamże, s. 234.

mi były środowowe audycje, niedzielny *Anioł Pański*, odbijające się szerokim echem w świecie pielgrzymki papieskie, wreszcie spotkania z różnymi środowiskami odbywające się niejednokrotnie tam, gdzie się te środowiska tworzą, np. w zakładach pracy, uniwersytetach, szpitalach czy teatrach. Wydarzenia te zauważane były nie tylko przez katolickie media, ale także przez gazety, stacje radiowe i telewizyjne dalekie od katolicyzmu. Siła oddziaływania wspomnianych wydarzeń zależała nie tylko od ich kreatora, ale także od właściwości samych mediów, m.in. od zasięgu mediów, ich atrakcyjności, sposobu przekazu, wiarygodności przekaziciela (stacji, gazety), profesjonalizmu i uczciwości przekazujących, ale także od umiejętności dotarcia do najbardziej interesujących medialnie akcentów wydarzenia (nieoficjalnych spotkań, oryginalnych ujęć, ciekawych wywiadów). Niekiedy brak zaangażowania mediów, a nawet oficjalna niechęć do jakiegoś wydarzenia, jak miało to miejsce w oficjalnych relacjach komunistycznej telewizji z I Pielgrzymki Jana Pawła II do Polski w 1979 r., może stać się ich siłą. Pielgrzymka ta przekształciła się (w niezamierzony sposób również dzięki mediom) w triumfalny powrót papieża do Ojczyzny, a jej wymiar ewangelizacyjny i społeczny dał dodatkowy impuls do radykalnych przemian ustrojowych.

Podsumowując, należy podkreślić, że Jan Paweł II, świadomie kształtując wydarzenia medialne, nie stał nigdy sam w ich centrum „dla siebie”, dla poklasku, jako typ „gwiazdora” sprzedającego siebie. Uczestniczył w nich przede wszystkim jako głowa Kościoła i pasterz zatroskany o upowszechnianie Bożego orędzia zbawienia w Jezusie Chrystusie. Papież przez cały pontyfikat fascynował media, inaczej jednak niż żadne medialnego uznania postaci z pierwszych stron gazet i kolorowych magazynów. Źródłem fascynacji i szacunku, jaki zdobył sobie w świecie mediów, były przede wszystkim: jego głębokie umiłowanie Boga, umiłowanie Prawdy, ewangeliczna prostota, radość i nadzieja, które dawał wszystkim, bez względu na poglądy i wyznanie. *Chrześcijanin – nauczał – winien głosić „dobrą nowinę”, orędzie Chrystusa i z radością dzielić się nim z każdym człowiekiem dobrej woli, który potrafi go słuchać.*¹⁶ Świa-

¹⁶ Jan Paweł II, *Niech Bóg obdarzy mocą i wsparciem katolików działających w świecie środków społecznego przekazu!* Orędzie na Światowy Dzień Środków Spo-

dectwo cierpienia, które stało się jego udziałem, nabierało coraz bardziej, również medialnie – nośności jako świadectwo życia w bliskości Chrystusa, bowiem – jak to podkreślał Paweł VI – *Człowiek naszych czasów chętniej słucha świadków, aniżeli nauczycieli; a jeśli słucha nauczycieli, to dlatego, że są świadkami*.¹⁷

Błogosławiona telewizja

Te szokujące dla wielu słowa można było usłyszeć 15 marca 2003 r. podczas telewizyjnej transmisji czuwania modlitewnego młodzieży z papieżem. Jan Paweł II wypowiedział je spontanicznie będąc pod wrażeniem dialogu, jaki mógł prowadzić ze studentami zgromadzonymi w różnych ośrodkach uniwersyteckich Europy.

*Ta telewizja to wspaniała instytucja! Na przykład będąc tu, w Rzymie, w tej auli, widzę kościół św. Anny w Krakowie! Kościół ten znany mi jest bardzo dobrze. Wiecie, że przybyłem do Rzymu z Krakowa. I wiele razy uczęszczałem do tego kościoła uniwersyteckiego, modliłem się tam, prowadziłem rekolekcje... Piękne wspomnienia! Nie osierociłem ich jednak, bo mają innego kardynała. Innego kardynała, który pokazuje się w telewizji. I tak obaj możemy powiedzieć, powtórzyć: błogosławioną instytucją jest telewizja! Wystarczy! I tak byliśmy dzisiaj w Rzymie, Bratysławie, Kolonii, Fatimie, Upsali, Wiedniu. Widzieliśmy Kraków!*¹⁸

F. Lombardi, odpowiedzialny za telewizyjny przekaz czuwania, podkreśla, że dzięki temu wydarzeniu papież, znany z ogromnej życzliwości dla mediów, mógł postawić pierwsze kroki w nowym medialnym wymiarze swojej posługi: nie tylko był widziany i słyszany w wielu częściach Europy, ale w czasie rzeczywistym mógł rozmawiać ze studentami zgromadzonymi w różnych miejscach. Prowadził z nimi dialog i dzięki technice satelitarnej transmisji był

łecznego Przekazu (1992), w: *Oređzia Ojca Świętego Jana Pawła II*, t. 1, dz. cyt., s. 250.

¹⁷ Paweł VI, *Evangelii nuntiandi*, nr 41.

¹⁸ Słowa Jana Pawła II skierowane do studentów zgromadzonych w kolegiacie św. Anny w Krakowie w czasie telewizyjnej transmisji czuwania modlitewnego uniwersytetów Europy z papieżem, 15 III 2003 r., w: W. Gasidło, *Wokół konfesji świętego Jana z Kęt w kolegiacie świętej Anny w Krakowie*, Kraków 2003, s. 134.

w tych miejscach w odczuwalny sposób obecny. A jego „teleobecność” była na swój sposób intensywna i prawdziwa.

Wydarzenie to ujawniło jeszcze jeden, istotny rys widzenia mediów. Wobec powszechnego narzekania na rosnącą lawinowo obecność zła w mediach, zwłaszcza audiowizualnych, papież bynajmniej nie lekceważąc tego problemu, czemu wielokrotnie dał wyraz w dorocznych orędziach na Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu, wzniósł się ponad krytykę i dostrzegając pozytywny potencjał mediów, próbował zmieniać oblicze mediów. Wyjaśnienie postawy papieża w tej kwestii znajdziemy w encyklice *Redemptoris missio*, gdzie świat środków przekazu nazywa pierwszym areopagiem współczesnym, który jednoczy ludzkość i czyni z niej światową wioską i gdzie zachęca Kościół do zaangażowania w dziedzinie środków przekazu, ale nie tylko w celu zwielokrotnienia przepowiadania.

Chodzi o fakt głębszy, gdyż sama ewangelizacja współczesnej kultury zależy w wielkiej mierze od ich wpływu. Nie wystarcza zatem używać ich do szerzenia orędzia chrześcijańskiego i Magisterium Kościoła, ale trzeba włączyć samo orędzie w tę „nową kulturę”, stworzoną przez nowoczesne środki przekazu. Jest to problem złożony, gdyż kultura ta rodzi się, bardziej jeszcze aniżeli z przekazywanych treści, z samego faktu, że istnieją nowe sposoby przekazu z nowymi językami, nowymi technikami, nowymi postawami psychologicznymi.¹⁹

Paradoksalnie, medium najbardziej podatnym na ów eksperyment okazała się telewizja. Językiem telewizji, a nie tylko – w telewizji, papież zaczął głosić współczesnemu światu prawdę o odwiecznej miłości Boga do człowieka. Tak było kilka dni po 11 września 2001 r., kiedy w całej Europie zapowiedziano uczczenie pamięci ofiar zamachu przez zachowanie trzyminutowego milczenia. Papież, który wiele godzin spędził wcześniej na modlitwie w intencji zabitych, natchniony, bez wahania zgodził się być do dyspozycji mediów, by cały świat mógł zobaczyć go pogrążonego w solidarnej modlitwie. Kilkanaście lat wcześniej chrześcijańskie przebaczenie ucieleśniało się w obrazie papieża rozmawiającego z Ali Agcą, sprawcą zamachu z 13 maja 1981 r., a modlitwa zyskała, niebawem w mediach, iko-

¹⁹ Jan Paweł II, *Redemptoris missio*, nr 37.

niczny wyraz w transmisji czterdziestominutowej ciszy jako towarzyszyła brewiarzowi odmawianemu przez papieża w Katedrze na Wawelu w 2002 r. Niezwykłą siłę obrazu ujawniły pielgrzymki Jana Pawła II do świata, żeby wspomnieć chociażby, obraz papieża przed Ścianą Płaczu świątyni jerozolimskiej i jego dłoni wciskającej kartkę papieru z modlitwą w szczelinę w murze.

O ile jego poprzednicy korzystali z prasy, później zaś radia, Jan Paweł II zwrócił uwagę na telewizję. Był przy tym głęboko przekonany, że współczesny Kościół potrzebuje obrazu.

*Ewangelia – mówił do artystów i dziennikarzy – wyraża się w wielu obrazach i porównaniach; Ewangelia powinna i może być ukazana w formie obrazów. W Nowym Testamencie Chrystus jest nazywany Obrazem, Ikoną niewidzialnego Boga. Kościół jest nie tylko Kościołem słowa, ale także Kościołem sakramentów, świętych znaków i symboli. Przez długi czas obrazy, obok słowa, ukazywały orędzie zbawienia – tak też dzieje się do dzisiaj. To dobrze. Wiara zwraca się nie tylko do słuchu, ale i do wzroku, do obu tych podstawowych zdolności człowieka.*²⁰

Słowo i obraz, podstawowe środki wyrazu w mediach audiowizualnych znajdują u Jana Pawła II głębsze uzasadnienie. Współczesny obraz elektroniczny nie jest prostą kontynuacją obrazów z *Biblij pauperum*, jest bliższy rzeczywistości, którą coraz lepiej technicznie odtwarza, jest bliższy świadectwu. W epoce audiowizualnej, świadectwo daje się całą osobą, a nie tylko rozumem przez słowo. Nauczanie Jana Pawła II a zwłaszcza jego osobista postawa wobec mediów pokazuje jak wielką rolę przypisywał chrześcijańskiemu świadectwu wyrażanemu językiem obrazów i słów. Odwaga z jaką papież pozwolił się oglądać światu za pośrednictwem mediów, czyniąc to w sposób całkowicie wolny i naturalny, towarzyszyła mu do końca. Medialne świadectwo swoje apogeum osiągnęło w dniach umierania, śmierci i pogrzebu papieża. Wtedy też miało miejsce najpełniejsze włączenie orędzia w nową kulturę stworzoną przez media, z ich nowymi językami i nowymi postawami psychologicznymi. Na-

²⁰ Jan Paweł II, *Kościół potrzebuje sztuki. Czy sztuka potrzebuje Kościoła?*, „L'Osservatore Romano” (wyd. pol.) 2(1981), s. 19.

leży przypuszczać, że nie działa się to bez wcześniejszej aprobaty umierającego papieża. Media zmieniły wówczas oblicze, czyniąc głównym przekazem świadectwo chrześcijańskiej pokory, miłości, cierpienia i godnego umierania swojego papieża. Rekolekcje głoszone światu, pokolenie JP II, które wtedy zmanifestowało swoją obecność, gesty solidarności, wyciszenie kłótni, zniknięcie wrzaskliwej polityki z pierwszych stron gazet – wszystko to odczytano powszechnie jako ostatni dar Jana Pawła II dla świata, ale i wyraźne przesłanie dla mediów. I choć efekty prawdziwych przemian objawić się mogą dopiero w dalszej perspektywie, wtedy będą mogły być zbadane i opisane, to trzeba przyznać, że w owych dniach media zwróciły Janowi Pawłowi część tej miłości, z jaką do nich podchodził.

Określenie *błogostawiona telewizja*, choć wydaje się sprzeczne samo w sobie, w ustach Jana Pawła II brzmi szczerze i całkiem serio, tym bardziej, gdy zważy się na to, iż zawsze pragnął, aby media były lepsze, niż są.