

KULTURA 38 Media 2019 TEOLOGIA

ISSN 2081-89-71

KWARTALNIK
NAUKOWY
WYDZIAŁU
TEOLOGICZNEGO
UKSW W WARSZAWIE



KULTURA MEDIA TEOLOGIA

NUMER 38/2019

TEMAT NUMERU:

FORMY KOMUNIKACJI

KULTURA – MEDIA – TEOLOGIA

KWARTALNIK NAUKOWY WYDZIAŁU TEOLOGICZNEGO UKSW W WARSZAWIE

ISSN 2081-8971

WYDAWCA: Wydział Teologiczny Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie, ul. Dewajtis 5, 01-815 Warszawa

REDAKCJA: dr hab. Katarzyna Flader-Rzeszowska, prof. UKSW
(redaktor naczelna)
dr hab. Monika Przybysz, prof. UKSW (zastępca red. nacz.)
dr Marta Jarosz (sekretarz redakcji)
dr Marek Robak
dr Dagmara Jaszewska
ks. dr hab. Dariusz Pater
dr Małgorzata Laskowska
dr Anna Miotk
ks. dr hab. Norbert Mojżyn

Rada naukowa: ks. prof. dr hab. Stanisław Dziekoński (UKSW)
ks. prof. dr hab. Witold Kawecki (UKSW)
ks. prof. dr hab. Henryk Seweryniak (UKSW)
prof. dr hab. Jan Stanisław Wojciechowski (UJ)
prof. dr hab. Rafał Habielski (UW)
prof. dr hab. Jerzy Olędzki (UKSW)
prof. dr hab. Anna Zeidler-Janiszewska (SWPS)
prof. dr hab. Karol Klauza (KUL)
prof. dr Michał Masłowski (Université Paris IV – Sorbonne)
Prof. Andrius Vaišnys, Uniwersytet Wileński
Doc. Mgr. Katarína Fichnová, PhD. – Uniwersytet Konstantyna
Filozofa w Nitrze (Słowacja)
dr hab. Mariola Marczak prof. UWM Olsztyn
dr hab. Anna Czajka-Cunico prof. UKSW
dr Victor Khroul Państwowy Uniwersytet im. Łomonosowa
w Moskwie

Korekta: dr hab. Monika Przybysz, prof. UKSW
i dr hab. Katarzyna Flader-Rzeszowska, prof. UKSW
oraz Zespół

Skład: Stanisław Tuchołka • www.panbook.pl

Logo: ks. dr hab. Andrzej Adamski, prof. WSiIZ;
fot. na okładce: <https://www.pexels.com/photo/nature-laptop-outside-macbook-6508/>

Adres redakcji: „Kultura–Media–Teologia”, ul. Dewajtis 5, 01-815 Warszawa,

Kontakt: e-mail: kmt.uksw@gmail.com; <http://www.kmt.uksw.edu.pl>

Redakcja zastrzega sobie prawo skracania i redagowania tekstów oraz zmiany tytułów.
Materiałów niezamówionych nie odsyłamy. **Wersję pierwotną (referencyjną) wydawanego czasopisma stanowi publikacja online dostępna na stronie kmt.uksw.edu.pl**

SPIS TREŚCI

KOMUNIKACJA W MEDIACH	7
<i>Rafał Jakub Pastwa</i>	
MEDIA VISIBILITY AFTER DEATH ON THE EXAMPLE OF CHRIS CORNELL AND HIS OFFICIAL FACEBOOK FANPAGE	8
<i>Paul A. Soukup SJ</i>	
SOME PAST MEETINGS OF COMMUNICATION, THEOLOGY, AND MEDIA THEOLOGY	25
KOMUNIKACJA WIZUALNA	47
<i>Norbert Mojżyn</i>	
“COUNTRYSIDE CATHEDRALS”? COMMUNICATING MEANINGS THROUGH THE SACRED ARCHITECTURE OF J.P. DZIEKOŃSKI IN THE DIOCESE OF ŁOMŻA WITHIN ITS CURRENT BORDERS. PART II	48
KOMUNIKACJA I RELIGIA	66
<i>Marcin Wrzos</i>	
APOSTOLISCHE AUSLANDSREISEN VON PAPST FRANZISKUS, DARUNTER MISSIONSREISEN, IN DEN WICHTIGSTEN NATIONALEN INTERNETPORTALEN (JAHR 2016)	67
<i>Michał Rakowski</i>	
PUBLIC RELATIONS W SŁUŻBIE KOŚCIOŁA. PROBLEMATYKA WYKORZYSTANIA NARZĘDZI PR PRZEZ MNIEJSZOŚCI WYZNANIOWE W POLSCE NA PODSTAWIE DZIAŁALNOŚCI KOŚCIOŁA ADWENTYSTÓW DNIA SIÓDMEGO	115
<i>Dariusz Pater</i>	
PROCLAIMING THE GOOD NEWS OF JESUS CHRIST TO THE YOUTH TODAY	143

KOMUNIKACJA W MEDIACH

Rafał Jakub Pastwa

Katolicki Uniwersytet Lubelski

Media visibility after death on the example of Chris Cornell and his official Facebook fanpage

Widoczność medialna po śmierci na przykładzie osoby Chrisa Cornella i jego konta na Facebooku

ABSTRACT:

Nowadays, the basic principle of marketing, also on Facebook, is the direct contact with the recipient. The Internet is currently a place of unlimited possibilities of contact and reaching out to various types of information, people and products. Now, all possible goods are subject to progressive commercialization and submit to market logic. An interesting issue in this context is the management of “media visibility” after the death of a given person. The main purpose of the article was to investigate how Chris Cornell’s death affected the “media visibility” of the official profile of the music on Facebook.

KEYWORDS:

Media visibility, Facebook, death, Chris Cornell, marketing product

STRESZCZENIE:

Współcześnie podstawową zasadą marketingu, także na Facebooku, jest bezpośredni kontakt z odbiorcą. Internet jest zarówno miejscem nieograniczonych możliwości kontaktu oraz docierania do różnego rodzaju informacji, osób i produktów. Obecnie wszelkie możliwe dobra podlegają postępującej komercjalizacji i poddawane są logice rynku. Ciekawym zagadnieniem w tym kontekście jest zarządzanie „widocznością medialnym” po śmierci danej osoby. Głównym celem artykułu było zbadanie jak śmierć Chrisa Cornella wpłynęła na „widoczność medialną” oficjalnego profilu nieżyjącego muzyka na Facebooku.

SŁOWA KLUCZOWE:

widoczność medialna, Facebook, śmierć, Chris Cornell, produkt

“Thus, perhaps the statement that we move from the tool phase as a human extension to the stage where man becomes an extension of tools must be considered true”¹.

¹ M. Szpunar, *Kultura algorytmów*, w: „Zarządzanie w Kulturze”, Kraków 2018, z. 1, p. 5.

INTRODUCTION

We live and work in the world of Web 2.0. Although social media is extremely popular and the use of it is common, skilful participation requires constant learning about the mechanisms that govern it. Participation in this space requires awareness that marketing skills are vital². It seems that nowadays the basic principle of marketing, also on Facebook, is the direct contact with the audience. The Internet is currently both a place of unlimited contact possibilities and access to various kinds of information, people and products. But also, it constitutes a space for creation of mutually-isolating, distrustful communities³. However, it still remains a platform for creating the image as well as a platform for promoting specific goods. Commodification includes many media products, including well-known and broadly admired people⁴.

This phenomenon applies both to celebrities and artists, who can be described as stars. Skilful management of your 'media exposure' is a kind of symbolic capital⁵. The phenomenon is noticeable especially in social media. It can be said that it is the result of adaptation to the demands of the digital world⁶. Media visibility has become a standard in the new media. However, it is dependent on the followers⁷, who can demonstrate 'active' or 'passive' activity⁸. Internet users constitute an important group of recipients of various types of goods. Therefore,

² Cf. D. Barefoot, J. Szabo. *Friends With Benefits. A Social Media Marketing Handbook*, San Francisco 2010, p. xxiv-xxv.

³ Cf. Z. Bauman, *Retropia. Jak rządzi nami przeszłość*, tłum. K. Lebek, Warszawa 2018, p. 257-258.

⁴ Cf. Mołęda-Zdziech, *Czas celebrytów. Mediatyzacja życia publicznego*, Warszawa 2013, p. 265-266.

⁵ Cf. Tamże, p. 221-222.

⁶ Cf. M. Szpunar, *Kultura lęku (nie tylko) technologicznego*, w: „Kultura Współczesna”, Warszawa 2018, p. 121.

⁷ Cf. M. Szpunar, *Medialna widoczność jako emanacja hiperobecności*, w: „Zeszyty Prasoznawcze” 3 (231), Kraków 2017, t. 60, p. 495.

⁸ Cf. M. Adamik-Szysiać, *Kampania wyborcza na Facebooku – studium przypadku aktywności liderów ugrupowań politycznych na Lubelszczyźnie w 2015 roku*, w: A. Łukasik-Turecka (red.), *Oblicza wyborów. Studia wyborcze i analizy kampanii parlamentarnej w 2015 roku na Lubelszczyźnie*, Lublin 2016. p. 84.

it was possible to expand advertising activities in this space, which also led to the commercialization of 'some contacts'⁹.

As underlined by Mołęda-Zdziech, in the post-modern world all possible goods are subject to progressive commercialization and to the logic of the market. The researcher points out that the phenomenon of commodification in the field of culture was well researched by the scientists of the so-called Frankfurt School. As cited in Olivier Driessens, she emphasises that all media products, including celebrities, experts and even politicians in the field of political marketing have been commodified. However, it is not only about the traditional 'handing down' of one's face for the need of specific advertising campaign, because in the post-modern culture 'face' turns into an advertisement in itself¹⁰. Therefore, media visibility on Facebook should also be considered in respect to the above.

Thus, the management of 'media exposure' after the death of a given person seems like an interesting issue in this context. Managing a Facebook fanpage after the death of a well-known and valued person may be determined by numerous reasons, but also the functions mentioned above cannot be omitted. New media provide marketing opportunities. This in turn does not exclude the commemoration function or the preservation of the achievements in the 'field of media visibility'¹¹. Especially when, after the artist's death, their previously unpublished works are published, or publishing is resumed in an updated form¹².

Maintaining a certain level of popularity, promoting the image and achievements - can also be treated as marketing. Despite the fact that the presence in social media seems like a kind of necessity nowadays. Linked videos, photos, whole photo albums, graphics or text posts constitute standard elements of visibility on Facebook both for 'Ordinary' users, as well as people known as celebrities. J. Szulich-Kałuża claims that the photography alongside the film has become the most important medium and tool of meanings in the whole communication process. In this respect remarks on personal photography, which is used to build

⁹ Cf. M. Jasionowicz, *Internet. Medium, środowisko, społeczność*, w: *Dziennikarstwo i świat mediów. Nowa edycja*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Kraków 2012, p. 151-152.

¹⁰ Cf. M. Mołęda-Zdziech, cf., p. 265.

¹¹ Cf. Jed R. Brubaker, Gillian R. Hayes, Paul Dourish, *Beyond the Grave: Facebook as a site for the expansion of death and mourning*, "The Information Society" 29 (2013), nr 3, p. 156-158.

¹² Cf. Facebook, Chris Cornell, <https://www.facebook.com/chriscornell/> [29.09.2019.].

autobiographical memories, seem to be valuable. Such type of a photograph, potentially used in social media after the death of a specific person, would bear a value of building biographical memories, which at the same time does not exclude the possibility of influencing the shape of social communication¹³.

Certainly, death is a specific circumstance that affects the reactions of the observers and those who manage the fanpage¹⁴. Mołęda-Zdziech writes as cited in D. J. Boorstin that the most powerful form of promotion is appropriately advertised and propagated events, which attract the attention of crowds¹⁵. Such events, however, share the fate of other goods that are consumed and have a certain 'expiry date'. People responsible for such promotion should realize that it is impossible to boost the same event over and over again in long term¹⁶. In this case, this event, which must not be treated as a constant promotion, is the suicidal death of the singer, multi-instrumentalist and composer, coming from Seattle, the co-founder of the 'Soundgarden' band, the ephemeral group 'Temple of the Dog', as well as a member of the 'Audioslave' supergroup, also known from solo works and charity activities¹⁷.

The main purpose of the article is to examine how death affects 'media visibility'. In this case, specifically, the death of Chris Cornell, actually born as Christopher John Boyle (20/07/1964-18/05/2017). The official profile of Chris Cornell on Facebook was analysed, as opposed to 'Soundgarden' profile which consists of only repetitive, almost identical posts¹⁸. The situation looks different in the case

¹³ Cf. J. Szulich-Kałuża, *Status fotografii we współczesnej kulturze – artystyczne kreacje czy technologiczne sztuczki?*, w: A. Wójciszyn-Wasil, M. J. Gondek, D. Wadowski (red.), *Pulchrum et communicatio. Księga jubileuszowa Profesora Karola Klauzy*, Lublin 2018, p. 240–241.

¹⁴ Cf. Facebook. Michael Jackson, <https://www.facebook.com/michaeljackson/>, cf. Facebook, David Bowie, <https://www.facebook.com/davidbowie/>, [29.09.2019].

¹⁵ Cf. Anu. A. Harju, *Socially Shared Mourning: Construction and Consumption of Collective Memory*, New Review of Hypermedia and Multimedia 21 (2015), nr 1–2, p. 123–145; Scott H. Church, *Digital Gravesapes: Digital Memorializing on Facebook*, "The Information Society" 2013, nr 29, p. 184–189; Brian Carroll, Katie Landry, *Logging On and Letting Out: Using Online Social Networks to Grieve and to Mourn*, Bulletin of Science, "Technology & Society" 2010, nr 30 (5), p. 341–349.

¹⁶ Cf. M. Mołęda-Zdziech. cf., p. 266–267.

¹⁷ Cf. Ch. Johnston, *Soundgarden's Chris Cornell killed himself, coroner says*, w: "The Guardian", <https://www.theguardian.com/music/2017/may/18/soundgarden-chris-cornell-killed-himself-coroner-says>, [27.09.2019].

¹⁸ Cf. Facebook, Soundgarden, <https://www.facebook.com/Soundgarden/>, [21.09.2019].

of 'Audioslave' and 'Temple of the Dog' pages¹⁹. This rule also applies to the official Instagram fanpages of the bands²⁰.

In the context of this study a deliberate choice of timeline periods was made. The analysis covered three time periods. The first from April 18, 2017 to May 18, 2017, the month before the death of the musician. Second from May 19, 2017 to June 20, 2017, the time immediately following the unexpected death of Chris Cornell. The third of the studied periods begins on May 18, 2018, and ends on June 19, 2018, a year after the tragic events in Detroit. A single post was established a research unit.

Research questions relate to how death affects the use of Facebook, and on the other hand, how a specific Facebook profile is shaped in the context of death. The following research questions therefore appear. Firstly, can you prolong one's life after death using Facebook? Secondly, can death be treated as an event, which constitutes for a marketing product? Thirdly, does death determine the content posted on the Facebook profile? In search for the answers to the questions asked, the researcher's attention was first drawn by the number and structure of entries posted on Chris Cornell's official Facebook page and the degree of users' interest.

¹⁹ The official fanpage of Chris Cornell on Facebook is liked by 1 655 696 users, while 1 573 328 users follow the page. See Facebook. Chris Cornell, <https://www.facebook.com/chriscornell/>, [21.09.2019]. In case of the 'Soundgarden' fanpage, the number is higher. The fanpage is liked by 2 877 484 users, and observed by 2 603 032 users. *Facebook, Soundgarden*, <https://www.facebook.com/Soundgarden/>, [21.09.2019]. The official fanpage of the 'Audioslave' band is liked by 2,507,025 users, whereas 2,368,558 users follow the page. See Facebook, Audioslave, <https://www.facebook.com/Audioslave-165985866829751/>, [21.09.2019]. The fanpage of "Temple of the Dog" on Facebook is liked by 305,286 people and is observed by 297,817 users. See Facebook, Temple of the Dog, <https://www.facebook.com/TempleofTheDog/>, [21.09.2019].

²⁰ On Instagram, the profile of "ChrisCornellOfficial" has 468k followers. The content appearing in this space is synchronized with those published on the Facebook fanpage. See Instagram, Chris Cornell, <https://www.instagram.com/chriscornellofficial/>, [21.09.2019]. The profile of the 'Soundgarden' band on Instagram is followed by 445k. followers. See Instagram, Soundgarden, <https://www.instagram.com/soundgarden/>, [21.09.2019]. On the other hand, the official fanpage of 'Audioslave' is observed by only 2,808 people, see Instagram, Audioslave, <https://www.instagram.com/audioslaveofficial/>, [21.09.2019], whereas 'Temple of The Dog' is followed by 88,5k users. See Instagram, Temple of The Dog, <https://www.instagram.com/templeofthedog/>, [21.09.2019]. This means that on Instagram, unlike on Facebook, Chris Cornell's profile is more popular than 'Soundgarden's and 'Audioslave's. Understanding of this process requires further analysis.

The study puts forward the hypothesis whether the amount and quality of posted content on Facebook cause 'extension of life' and whether death is treated as a 'marketing' product.

Content analysis, both quantitative and qualitative, was used as a basic study method. The following method seems adequate in the study of communication sphere, in which the essential reality of the elements shaping both its content and form are analysed.

RESEARCH RESULTS

The analysis covered the content of the official Chris Cornell Facebook fanpage²¹. The page is available to anyone who decides to like or follow it. The research was conducted in September 2018. 60 entries from the period covered by the study were analysed. First, the period from April 18, 2017 to May 18, 2017, the month immediately preceding the death of musician from Seattle, was analysed.

Table 1. Chris Cornell Facebook page structure and content dated from April 18, 2017 to May 18, 2017

Posts type	Number of posts
Text posts	0
Posts containing a photograph	13
Text post with a link + a photograph	1
Video post	13
Text post containing a photograph + video link	1
Other (e.g. graphics)	4

Source: Authors own study

In the first period of the studied time period, the advantage of photo entries as well as video entries was noticed. There was no entry based entirely on text. The structure of posts shows the advantage of photos and videos. Consequently, these actions should be considered as intentional. In the analysed period, 32 posts were published, the appearance of which should be described as regular and consistent. No long breaks or excessive accumulation of the published posts were noticed.

Table 2. Topics of Facebook posts on Chris Cornell official fanpage dated from April 18, 2017 to May 18, 2017

Post topic	Number of posts
Soundgarden related posts	15
Chris Cornell's solo career related posts	13
The Audioslave related posts	2
Temple of The Dog related posts	2
Personal life related posts	0
Total number of posts	32

Source: Author's own study

The vast majority of posts concerned the music activity of Chris Cornell within the 'Soundgarden' band as well as the artist's solo career. Posts focused on his participation in other music projects were also noticed. No entries of a purely private or family nature were noticed.

Table 3. Number of reactions under the posts on the Chris Cornell Facebook fanpage dated from April 18, 2017 to May 18, 2017

Number of likes	Number of comments to the post	Number of shares
215,462	8,245	47,770

Source: Authors own study

It should be noted that the latest video post, published before the death of the musician, enjoyed much higher popularity than the other. No new posts on Chris Cornell Facebook page were noticed upon his death on May 18, until May 25. Thus, it should be stated that the last post, published before the artist's death on 17 May, 2017, brought all the attention of the followers and fans. It was a music video for the song 'By Crooked Steps' by 'Soundgarden'. It was liked by 42 thousand users, which constitutes for over 19.5% of all likes in the first analysed period. The post was commented on by 3.9 thousand users, which constitutes for 47.3% of all the comments in that period. As far as the number of shares is

concerned, the post was shared by 14 thousand users. This constitutes for 29.3% of all shares in the period from April 18, 2017 to May 18, 2017.

Table 4. Number of responses to video posts on Chris Cornell Facebook fanpage dated from April 18, 2017 to May 18, 2017

Number of video posts	Number of comments under the video posts	Number of shares
116,300	6,335	41,271

Source: Authors own study

The number of likes of video posts constitutes for 53.9% of all likes in the period from April 18, 2017 to May 18, 2017. In turn, the number of shares of the video posts constitutes for 86.3% of all shares. Whereas, the number of comments on the video posts constitutes for 76.8% of all comments under posts at that time. Therefore, it means that a music video, or a part of a music video, has greater influence on Facebook users than any other posts. Posts with pictures or graphics brought significantly smaller attention in the studied period of time.

Table 5. Number of responses to photo posts on Chris Cornell Facebook fanpage dated from April 18, 2017 to May 18, 2017

Number of photo posts	Number of comments under the photograph	Number of shares
90,200	1,707	5,977

Source: Authors own study

Table 6. Number of responses to posts with graphics on Chris Cornell Facebook fanpage dated from April 18, 2017 to May 18, 2017

Number of likes under the posts with graphics	Number of comments under the graphic	Number of shares
8,962	203	261

Source: Authors own study

Later, posts from May 19 to June 20, 2017 were analysed. The analysis showed that the structure and content of posts in the directly after the death of

an American artist were much different. It is possible that this was a result of a shock, caused by the sudden death of the composer, and the interference of his family in the shape of the Facebook page during this period.

Table 7. The structure of posts on the Chris Cornell Facebook fanpage dated from May 19, 2017 to June 20, 2017

Post type	Number of posts
Text posts	0
Posts containing a photograph	12
Text post with a link + a photograph	1
Video post	0
Text post containing a photograph + video link	0
Other (e.g. graphics)	3

Lack of planned activities in comparison to the previous study-period, which consisted of a consequently realised scheme in running the page, was noticed. This time, posts showing emotions of relatives and friends associated with Chris Cornell's death, but also the unique character of the artist, were noticed. No video posts were noticed in comparison to the previous study-period. Despite the fact, the number of likes, comments and shares significantly increased. The results of the analysis indicated a much superior interest in the Soundgarden frontman's fanpage in connection with the sudden death that took place during the band's US tour. The reaction of the followers of his fanpage also changed after his death. Not only did the users more frequently like his posts, but also commented on the posts and shared them in a higher number. A change was also visible in the number of published posts on the examined profile, which decreased exactly by half compared to the previous analysed period. The content of posts at that time concerned only two dimensions: first, solo musical activity, second, private and family materials. The change can be described as clearly noticeable in relation to the period before the death.

Table 8. The content of the posts on the Chris Cornell Facebook fanpage dated from May 19, 2017 to June 20, 2017

Post content	Number of posts
Soundgarden related posts	0
Chris Cornell's solo career related posts	7
The Audioslave related posts	0
Temple of The Dog related posts	0
Personal life related posts	9
Total number of posts	16

Source: Authors own study

After the death of the musician, the activity of Internet users increased significantly. During the time, users' activity was mainly expressed by the general high rate of comments published under particular posts.

Table 9. Number of reactions under the posts on the Chris Cornell Facebook fanpage dated from May 19, 2017 to June 20, 2017

Number of likes	Number of comments under posts	Number of shares
1,035,500	31,538	83,924

Source: Authors own study

In the studied period, the change also concerned the quantity and content of posts. It turns out that the artist's death caused increased interest of Internet users not only in the form of photographs, but also graphics. For example, a change of both the profile picture and background picture to a black background triggered an 'avalanche' of the followers' activity, which was expressed in likes and comments.

Table 10. Number of responses to video posts on Chris Cornell's Facebook fanpage from May 19, 2017 to June 20, 2017

Number of video posts	Number of comments under the video posts	Number of shares of video posts
0	0	0

Source: Authors own study

Table 11. Number of reactions to photo posts on Chris Cornell Facebook fanpage dated from May 19, 2017 to June 20, 2017

Number of likes under photo posts	Number of comments under photo posts	Number of shares of photo posts
867,000	26,013	76,075

Source: Authors own study

The followers focus on photos in the period immediately following the death of the co-founder of 'Soundgarden' is an interesting phenomenon. The number of likes of photos in the previous studied period was only 24.7% of the likes of photo posts in the second analysed period. Some characteristic pictures of the artist associated with his music career were published at that time, but also fewer professional ones, presenting his family and private life. Next to the memories of friends there were materials that related to the close relationship of Chris Cornell and his wife Vicky Cornell. What is more, photos of the artist with his own children, showing him in everyday situations both at home and during stage meetings was another interesting type of Facebook activity. Each time, photos are marked with a commentary, usually of a memorable nature.

Table 12. The number of reactions to posts with graphics on the Chris Cornell Facebook fanpage dated from May 19, 2017 to June 20, 2017

Number of graphics	Number of comments under graphics	Number of shares of graphics
168,500	5,525	7,849

Source: Authors own study

The third research period covered the time from May 18, 2018 to June 19, 2018. Twelve months after the death of Chris Cornell, the nature of posts and their content, as well as the way of running a Facebook fanpage changed in relation to both previous study-periods. As far as their structure is concerned, photo posts or a photo album posts dominated at the time. The trend of the lack of text entries was maintained, additionally a small number of posts with graphics was noticed. No posts on the profile with video content were noticed, which is common for the second and third study-period.

Table 13. The structure of posts on the Chris Cornell Facebook fanpage dated from May 18, 2018 to June 19, 2018. During this period, a graphic was combined twice with a link to music video

Post type	Number of posts
Text posts	0
Posts containing a photograph	9
Text post with a link + a photograph	1
Video post	0
Text post containing a photograph + video link	0
Other (e.g. graphics)	2

Source: Authors own study

In the third of the study-period, the smallest number of entries was noticed. Only 12 posts were noticed, while in the first study-period 32 posts were noticed and 16 in the second study-period. This means that Chris Cornell's death and the interruption of his artistic activity can be described as the reason for the drop in the high frequency of posts. In the period from 18 May to 19 June 2018, the posts contained a reference especially to the musician's private and family life. The second number of posts was devoted to his solo career and finally, the third, to the activity within the 'Soundgarden' or the 'Audioslave'. Pictures highlighting the recollection of the artist by his close relatives as well as other posts related to family relationship were posted upon the anniversary of his death.

Table 14. Topics of posts on the Chris Cornell Facebook fanpage dated from May 18, 2018 to June 19, 2018

Post topic	Number of posts
Soundgarden related posts	1
Chris Cornell's solo career related posts	3
The Audioslave related posts	1
Temple of The Dog related posts	0
Personal life related posts	7
Total number of posts	12

Source: Authors own study

Data obtained from the third study-period of the functioning of Chris Cornell Facebook fanpage indicated a significantly lower level of users' activity, including the 'passive' one. This constitutes for just over 70% of the likes compared to the results from the first study period and slightly above 8% compared to the second analysed range. Low rates were also noted for the number of posts, comments and shares available under the posts.

Table 15. Number of reactions on the Chris Cornell Facebook fanpage dated from May 18, 2018 to June 19, 2018

Number of likes	Number of comments	Number of shares
83,100	1,669	8,263

Source: Authors own study

Table 16. Number of responses to video posts on Chris Cornell on Facebook fanpage dated from May 18, 2018 to June 19, 2018

Number of likes under video posts	Number of comments under video posts	Number of shares of video posts
0	0	0

Source: Authors own study

Table 17. Number of reactions to photo posts on the Chris Cornell on Facebook fanpage dated from May 18, 2018 to June 19, 2018

Number of likes under photo posts	Number of comments under photo posts	Number of shares of photo posts
65,500	983	4,797

Source: Authors own study

A significantly lower level of Facebook users' activity, relating to the photo posts on Chris Cornell's Facebook fanpage, was noticed in comparison not only to the second, but also to the first study-period.

Table 18. Number of reactions to posts with graphics on Chris Cornell's Facebook fanpage, dated from May 18, 2018 to June 19, 2018

Number of likes under graphics	Number of comments under graphics	Number of shares of graphics
17,600	686	3,466

Source: Authors own study

The activity of Facebook users relating to the posts with graphics was actually higher in the last study-period than in the period before 18 May, 2017. This phenomenon can be explained by the personal character of the posts in the third study-period. In the first study-period however, the number of posts, their structure and content, were changed. The posts in the first study-period concerned charity activity and were aimed at grabbing the users' attention to the issues of social matter.

Social media today give the opportunity to build relationships with 'friends' and followers, although this is not the dominant factor. Considering the mere presence on Facebook, the user's focus on self-presentation is higher than on building deeper relationships with other users.

RESULTS

Social media today give the opportunity to build relationships with 'friends' and followers, although this is not the dominant factor. Considering the mere presence on Facebook, the user's focus on self-presentation is higher than on building deeper relationships with other users²². Facebook is also a communication chan-

²² Cf. A. Bąk, *Serwisy społecznościowe – efekt Facebooka i nie tylko*, w: „Media i Społeczeństwo”, Bielsko-Biała, 6 (2016), p. 139.

nel, even if the communication occurs only one-way or is described as 'passive'. The social network also becomes a platform under which many phenomena are subject to constantly progressing commercialization. Furthermore, this situation creates a growing number of opportunities for the efficient users of the page.

The main aim of the article was to investigate the relations of Chris Cornell's death and the 'media visibility' of his official Facebook fanpage. The conducted study showed unequivocally that the artist's death caused an increase in the 'media visibility' of the fanpage. A noticeable change in the users' activity was observed after the death of the musician. The comparison of the period before death, immediately after death and a year after the death of the 'Soundgarden' vocalist, indicates that his death can be described as an unplanned event promoting his person and works.

In the study the following hypothesis was introduced: Does the amount and quality of Facebook posts cause 'extension of life' and whether death is treated as

The main aim of the article was to investigate the relations of Chris Cornell's death and the 'media visibility' of his official Facebook fanpage. The conducted study showed unequivocally that the artist's death caused an increase in the 'media visibility' of the fanpage.

a 'marketing' product. The hypothesis, based on the research question, was verified positively. The results show that death can be treated as a marketing product. The study clearly demonstrated the growing interest in life and work of Chris Cornell, after his death. The unfortunate event concentrated the attention of 'old followers' and attracted the attention of the new ones. Thus, the artist's death caused an increase in interest in his person and musical achievements. Finally, the study results indicate that the death of the music significantly affected the content on his Facebook fanpage. The study clearly confirmed that after the death of 'Soundgarden's' leader, not only did the posts change in number, but also in structure and content.

REFERENCES

- Adamik-Szysiak M., *Kampania wyborcza na Facebooku – studium przypadku aktywności liderów ugrupowań politycznych na Lubelszczyźnie w 2015 roku*, w: *Oblicza wyborów. Studia wyborcze i analizy kampanii parlamentarnej w 2015 roku na Lubelszczyźnie*, red. A. Łukasik-Turecka, Wydawnictwo KUL, Lublin 2016.
- Barefoot D., Szabo J., *Friends With Benefits. A Social Media Marketing Handbook*, No Starch Press, San Francisco 2010.
- Bauman Z., *Retropia. Jak rządzi nami przeszłość.*, tłum. K. Lebek, PWN, Warszawa 2018.
- Bąk A., *Serwisy społecznościowe – efekt Facebooka i nie tylko*, w: „Media i Społeczeństwo”, Akademia Techniczno-Humanistyczna, Bielsko-Biała, 6 (2016), p. 134–146.
- Brubaker Jed R., Hayes Gillian R., Dourish Paul, *Beyond the Grave: Facebook as a site for the expansion of death and mourning*, “The Information Society” 29 (2013), nr 3, p. 152–163.
- Facebook, *Audioslave*, <https://www.facebook.com/Audioslave-165985866829751/>.
- Facebook, *Chris Cornell*, <https://www.facebook.com/chriscornell/>.
- Facebook, *David Bowie*, <https://www.facebook.com/davidbowie/>.
- Facebook, *Michael Jackson*, <https://www.facebook.com/michaeljackson/>.
- Facebook, *Soundgarden*, <https://www.facebook.com/Soundgarden/>.
- Facebook, *Temple of the Dog*, <https://www.facebook.com/TempleofTheDog/>.
- Instagram, *Audioslave*, <https://www.instagram.com/audioslaveofficial/>.
- Instagram, *Chris Cornell*, <https://www.instagram.com/chriscornellofficial/>.
- Instagram, *Soundgarden*, <https://www.instagram.com/soundgarden/>.
- Instagram, *Temple of The Dog*, <https://www.instagram.com/templeofthedog/>.
- Jasionowicz M., *Internet. Medium, środowisko, społeczność*, w: *Dziennikarstwo i świat mediów. Nowa edycja*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Universitas, Kraków 2012, p. 145–158.
- Johnston Ch., *Soundgarden's Chris Cornell killed himself, coroner says*, w: “The Guardian”, <https://www.theguardian.com/music/2017/may/18/soundgarden-chris-cornell-killed-himself-coroner-says>.
- Mołęda-Zdziech M., *Czas celebrytów. Mediatyzacja życia publicznego*, Difin SA, Warszawa 2013.
- Szpunar M., *Kultura algorytmów*, w: „Zarządzanie w Kulturze”, WUJ, Kraków 2018, z. 1, p. 1–9.
- Szpunar M., *Kultura lęku (nie tylko) technologicznego*, w: „Kultura Współczesna”, NCK, Warszawa 2018, p. 114–123.
- Szpunar M., *Medialna widoczność jako emanacja hiperobecności*, w: „Zeszyty Prasoznawcze” 3 (231), WUJ, Kraków 2017, t. 60, p. 494–504.
- Szulich-Kałuża J., *Status fotografii we współczesnej kulturze – artystyczne kreacje czy technologiczne sztuczki?*, w: *Pulchrum et communicatio. Księga jubileuszowa Profesora Karola Klauzy*, red. A. Wójciszyn-Wasil, M. J. Gondek, D. Wadowski, Wydawnictwo KUL, Lublin 2018, p. 237–250.

Biogram

Rev. PhD Rafał Pastwa (born. 1980) – journalist, theologian, editor-in-chief of the “Gość Niedzielny” in Lublin. A graduate of the Catholic University of Lublin. Author of four literary publications, two scientific books and educational and preventive books for children. Winner of the “Angelus lubelski” award in the field of media culture for 2016. He conducts research in the field of media science, focusing, inter alia, on the problems of modern journalism, the relationship between the media, culture, theology and politics.

Paul A. Soukup SJ

Communication Department, Santa Clara University

Some past meetings of communication, theology, and media theology

Wybrane dotychczasowe powiązania komunikacji, teologii i teologii mediów

ABSTRACT:

The purpose of this article is to present selected links between communication, theology and media theology. It starts with a reference to the history of Christianity construed as a history of communication. Next, the article outlines the key teachings of the Church on communication and media, with special focus on the documents issued by the Second Vatican Council and the Pontifical Council for Social Communications. Media theology, communication theology are discussed based on the teachings of the Church as well as the subject literature. The article is to review the current state of research in this area; it aims to order the terminology and present the possible directions of further research concerning this topic, part of the social communication studies, media studies and theology.

KEYWORDS:

media theology, communication theology, communicative theology, media ecology

STRESZCZENIE:

Celem niniejszego artykułu jest przedstawienie niektórych powiązań komunikacji, teologii oraz teologii mediów. W pierwszej kolejności nawiązano do historii chrześcijaństwa rozumianej tu jako historii komunikacji. Następnie ukazano kluczowe kierunki nauczania Kościoła na temat komunikacji ze szczególnym uwzględnieniem dokumentów Soboru Watykańskiego II oraz Papieskiej Rady ds. Środków Społecznego Przekazu. Na podstawie nauczania Kościoła oraz literatury przedmiotu odniesiono się do takich pojęć jak: teologia mediów, teologia komunikacji, a także teologia komunikatywna. Artykuł ma charakter przeglądowy; stanowi próbę uporządkowania terminologii oraz przedstawienia kierunków dalszych badań na ten temat prowadzonych w ramach nauk o komunikacji społecznej i mediach oraz teologii.

SŁOWA KLUCZOWE:

teologia mediów, teologia komunikacji, teologia komunikatywna, ekologia mediów

In its proclamation of the Gospel, Christianity has made use of every communication media available to it: from narratives and preaching through writing, to today's digital technologies.

In fact, the history of Christianity could be written as a history of communication, with media playing a role both inside the Church and outside of it, that is, both in catechetics or faith development and in evangelization. Though the practice of communication differs from theology, what Anselm termed *fides quaerens intellectum* or faith seeking understanding, it fosters such understanding. And so, while the Church has employed media from its earliest days, any sense of "media theology" or, more inclusively, communication theology began later, most likely – as with so much else in theology – with St. Augustine and continues sporadically till today.

This article will offer some introduction to media theology (or, more broadly, to communication and theology), first with a brief look at Christian history and the entanglement of communication with theology, then at the beginnings of theological reflection on communication, and finally at a flourishing of theological interest in communication after the Second Vatican Council. This latter examination will describe several different approaches, offer their definitions, and introduce some of the practitioners. Finally, the article will suggest key points of contact with theology and highlight some places ripe for exploration.

1. THE ENTANGLEMENT OF COMMUNICATION WITH THEOLOGY

From the earliest days of Christianity, people reflected on their faith and their experiences of God. Richard McBrien explains the interdependence of faith and theology in this way: "Theology comes into play at that very moment when the person of faith becomes intellectually conscious of his or her faith". He goes on, "theology is that process by which we bring our knowledge and understanding of God to the level of expression. Theology is the articulation, in a systematic manner, of the experience of God within human experience"¹. The sermons in the Acts of the Apostles show the apostles themselves attempting to understand the meaning of the death and rising of Jesus; the letters of Saint Paul demonstrate a similar effort to make sense of the encounter with the risen Lord. These scriptural

¹ R.P. McBrien, *Catholicism*, San Francisco, CA 1981, p. 26.

examples simply begin association between Christian faith and Christian theology. This reflection can occur in any kind of human expression. Again, McBrien explains, "Theology, in the broad sense of the word, may emerge in many forms: a painting, a piece of music, a dance, a cathedral, a bodily posture, or, in its more recognizable form, in spoken or written words"².

In this context, media ecology highlights how communication and theology interact. The media ecology approach to communication study calls attention to ways that communication forms a kind of "ecosystem," in which each element affects all the others³. Neil Postman, generally accepted as the founder of this approach, notes that "The word ecology implies the study of environments: their structure, content, and impact on people" and notes that the communication environment forms a complex message system⁴. Lance Strate adds that media ecology is "the study of media environments, the idea that technology and techniques, modes of information and codes of communication play a leading role in human affairs"⁵. In these views, communication media interact with each other and with the ideas expressed in them. Consider the analogy to biology: if a new species makes its home in a forest pond, all the other species there will change: some will flourish, others will die off, still others adapt. The entire ecosystem changes. The same thing can apply to the media world: adding a smart phone to an individual's media choices, for example, changes how that person does everything: speaks on the telephone, substitutes texting for talking, explores the web, gets the news, reads (or not reads) the newspaper, watches videos, plays games, and so on. But the interaction is even wider. Not only do communication media affect other media and their users, but they also affect how people think and what they think about, something Ong memorably expressed in his study of literacy: "writing restructures consciousness"⁶. The ecosystem of communication gives people the opportunity to act in new ways: writing lessened the dependence on

² Ibid.

³ L. Strate, *A Media Ecology Review*, "Communication Research Trends" 2004, vol. 23/2, p. 3-43.

⁴ N. Postman, *The Reformed English Curriculum*, in: A.C. Eurich (ed.), *High School 1980: The Shape of the Future in American Secondary Education*, New York 1970, p. 160-168.

⁵ L. Strate, *Understanding MEA*, http://www.media-ecology.org/media_ecology/index.html (accessed 11.09.2019).

⁶ W.J. Ong, *Orality and Literacy: The Technologizing of the Word*, London-New York 1982, p. 78-116.

memory to record facts, for example, and allowed new ways of organizing human knowledge. Today's smart phone allows constant connectivity and can shift the things to which people pay attention.

Applied to theology, media ecology shows how different means of expression promote different kinds of theological reflection, with different degrees of precision or even accuracy. People do reflect on their faith in different ways, with different communication tools, and at different moments of history. The centuries of Christian history demonstrate a continuous attention to theology. Anselm's "faith seeking understanding" forms a constant of Christian living, though different people engage it in different ways. A look at theology through the lens of communication shows one perspective on media theology.

People do reflect on their faith in different ways, with different communication tools, and at different moments of history.

Without attempting any kind of complete listing and not at all implying that one medium replaces another (recall that all these media form an ecology, with each continually affecting the others), let us briefly recall our history. As already noted, Christian theology begins with oral expression. That expression often takes on narrative form in the events of the life of Jesus or in the repetition of his parables⁷. These narrative forms followed precise rhetorical guidelines, with the Christian community experiencing them through performances⁸. Only later did the Church commit these accounts to writing in the Gospels, which still bear the marks of their origins as narrative performances. The narrative form of theology continues even to our own day with stories of faith, stories of the saints, and stories of Christian living shared among the believers⁹. The theology of the oral narratives emerges from the narratives chosen to recount, as well as from

⁷ J.D.G. Dunn, *Jesus in Oral Memory: The Initial Stages of the Jesus Tradition*, in: D. Donnelly (ed.), *Jesus: A Colloquium in the Holy Land*, New York 2001, p. 84–145.

⁸ R.F. Ward, D. J. Trobisch, *Bringing the Word to Life: Engaging the New Testament through Performing it*, Grand Rapids, MI 2013, p. 3–33.

⁹ J. Shea, *Stories of Faith*, Chicago 1980.

the characters, their activities, and the arrangement of the materials. The Evangelists also highlighted their theological conclusions through references to the Old Testament, creating implicit comparisons to actions and people, and bringing yet more theological detail in from the Old Testament. This kind of oral culture provides one communication “ecosystem” for theology but a powerful one as it had deep roots in the communication practices of the first centuries of Christianity.

Probably by the end of the second century, the media ecology of theology changed with the addition of art. Decorations in the catacombs depict the good shepherd, figures of people praying, and scenes of God’s deliverance drawn from the Old Testament – the crossing of the Red Sea, Daniel in the lions’ den, and so on¹⁰. Other Christian sites such as the second or third century church at Dura-Europos add other examples¹¹. Goethals describes some of them: “One of these is a sketchy representation of Christ’s healing of the paralytic, showing only the figure of Christ and the healed man as he takes up his bed and walks. Other vignettes depict. Jesus reaching out to a sinking Peter as the disciples watch from a boat; Jesus with a woman at the well”¹². In these instances, the subject matter portrayed in the art (whether drawing or mosaic or friezes on the sides of sarcophagi) proposes its own theology. They may recall the Gospel narratives or they may simply juxtapose an image with an experience, like death or illness or martyrdom. The history of Christian art continues to this day, with each artist engaged in a personal or a commissioned attempt to understand the faith. For example, Rembrandt’s *Return of the Prodigal Son* suggests a very different theological interpretation from the same scene portrayed by Tissot or Benton, even though both depict the same parable¹³. The media of art and image offer the Church a different range of theology from that of oral narratives, though in many instances a narrative may well accompany a work of art.

¹⁰ R. Milburn, *Early Christian Art and Architecture*, Berkeley 1988, p. 27ff.

¹¹ C. Silver, *Dura-Europos: Crossroad of Cultures*, “Archeology”, 31.03.2010, http://www.archaeology.org/online/features/dura_europos/ (accessed 12.09.2019).

¹² G.T. Goethals, *The Imaged Word: Aesthetics, Fidelity, and New Media Translations*, in: P.A. Soukup, R. Hodgson (eds.), *Fidelity and Translation: Communicating the Bible in New Media*, Franklin, WI 1999, p. 137.

¹³ Museum of Biblical Art, *The Art of Forgiveness: Images of the Prodigal Son*, <http://mobia.org/exhibitions/the-art-of-forgiveness#slideshow1> (accessed 12.09.2019).

Music forms another theological expression. Whether the settings of psalms or chants or more elaborate motets and oratorios, each musical expression also proposes its reflection on faith. The choice of texts provides one point of entry into the theology and this medium, but so also do the instruments, the harmonies, the musical key. For example, Bach's carefully constructed "Passion according to Saint Matthew" and "Passion according to Saint John" express his theology of the death of Jesus through melody, leitmotiv, chorale, individual voice, key, and reference to popular hymnody¹⁴. Even how the community engages music carries theological value: performance or listening? Meditation or entertainment?¹⁵.

Once we undertake this kind of media ecology, it is easier to recognize how even more complex media environments express theology. The design and decoration of church buildings combine the arrangement of space, art, light, adornment, and so on. The placing of people both reflects and creates an ecclesiology of the body of Christ, depending on where one finds his/her place; a Eucharistic theology in the placement of the altar – or table in the post-Reformation period; – and a theology of God in the use of high ceilings and a "theological geography"¹⁶. The art in a church building contributes to the theology set in stone, as Ferree points out in terms of the great cathedrals of Europe: a biblical theology in the choice of scenes and a story of salvation in the juxtapositions of the images¹⁷. Goethals offers a similar example with the ecclesiology pictured in mosaic in the processional scenes at San Apollinare Nuovo in Ravenna¹⁸. She quotes the art historian Otto von Simson, noting that the processional images represent "the liturgical dramas: 'the Savior's life, death, and resurrection did not happen once in the dim past but take place mystically within the faithful themselves as they are enacted in the liturgy' (1948, p. 79)"¹⁹. In a different context, Goethals also notes how theologies of the *via negativa* and *via positiva*, as paths to God, find place in the aniconic and iconic designs of church buildings. The former feature spare, barren designs, with

¹⁴ J. Pelikan, *Bach among the Theologians*, Philadelphia 1986, p. 74–101.

¹⁵ D. Brent Laytham, *iPod, YouTube, Wii Play: Theological Engagements with Entertainment*, Eugene, OR 2012, p. 42–45.

¹⁶ T.M. Martin, *Images and the Imageless: A Study of Religious Consciousness and Film*, Lewisburg 1991, p. 63.

¹⁷ B. Ferree, *Bibles in Stone*, "New England Magazine" 1998, 24/3, p. 162–177.

¹⁸ G.T. Goethals, *The Imaged Word: Aesthetics...*, op. cit., p. 133–172.

¹⁹ Ibid, p. 138.

an emphasis on light and shadow, while the latter make abundant use of images, stained glass, and statuary²⁰. In the post-Reformation period, the architecture supports the different interpretations of Christian worship: contrast the focus on the preached word in a Presbyterian church, built in an aniconic style, with a central pulpit, with the focus on the Eucharistic sacrifice in Baroque Catholic church, built with iconic images and a dominant altar.

Writing, long used to record the Bible as well as sermons or letters of the Fathers (which still bear the stamp of the rhetorical arrangement of oral cultures) gradually develops its own forms of organization and thinking²¹. By the early medieval period writing separated theology from narrative and preaching as people learned to analyze texts, treat detailed arguments, and cross-reference supporting evidence. In other words, those who mastered literacy had mastered a new rhetoric. And this rhetoric came to define theology even to the present day, with its reasoned arguments, carefully researched sources, and references to similar theological debates²².

As people develop new media, they find new tools to express theology. The printing press, with its ability to provide multiple inexpensive copies led to the wider dissemination of written theology²³. This new medium had a twofold effect on the media ecology in which theology took place. First, it opened theological argument to a much wider public, taking it from the schools and the approved experts to anyone who could read; similarly, it offered easy access to textual evidence – the Scriptures in the original languages, commentaries that had lain hidden in monastery libraries, and so on. Second, the printing press continued the ecological change begun by writing, allowing people to develop new forms of analysis, including the ways a printer arranged words on a page and the critical analysis of texts. And the printing press developed the ecosystem in a different way, by bringing theology into contact with other disciplines like botany, the

²⁰ G.T. Goethals, *The Electronic Golden Calf: Images, Religion, and the Making of Meaning*, Cambridge, MA 1990.

²¹ W.J. Ong, *Orality and Literacy...*, op. cit., p. 123–135.

²² P.A. Soukup, *Orality, Literacy, Education, and Theology*. Paper presented to the 13th Annual Convention of the Media Ecology Association, June 2012, New York.

²³ E. Eisenstein, *The Printing Press as an Agent of Change: Communications and Cultural Transformations in Early-Modern Europe*, Cambridge 1979.

sciences, engineering, and even finance²⁴. The practices of the academic theologian, but also of the artist, the musician, the architect, the storyteller, changed. These participated in complex “ecosystems” in which theological reflection and expression rubbed up against the printing trade, patronage systems, changing academic norms, and customer demands²⁵.

As people develop new media, they find
new tools to express theology.

Similar things occur as the media ecology develops: the addition of the motion picture promoted a different kind of storytelling, with a kind of return to oral cultures, something that Ong has termed “secondary orality”, a practice continued with television²⁶. Secondary orality refers to the resurgence of narrative forms based on oral cultures, but impossible without the literacy that makes radio, film or television production possible. Those who use these media develop their own kinds of narrative, and many of them address theological topics²⁷. The use of all kinds of new media open up different ways of doing theology. For example, the rise of the Internet in some ways recapitulates that of the printing press, allowing access to more voices in the theological ecosystem²⁸. We will return to this more contemporary situation later.

2. THE OTHER SIDE

This brief overview shows that the role of communication media in theology appears at least as something that allows people to engage in Anselm’s pursuit of faith seeking understanding in a variety of ways. Seen from the perspective of

²⁴ Ibid, Ch. 4.

²⁵ P.A. Soukup, *A Media Ecology of the King James Version*, “Translation” 2013, vol. 3, p. 151–173.

²⁶ W.J. Ong, *The Literate Orality of Popular Culture Today*, in: W.J. Ong, *Rhetoric, Romance, and Technology*, Ithaca-London 1971, p. 296.

²⁷ G. Lynch, *Understanding Theology and Popular Culture*, Malden, MA 2005, p. 36–40.

²⁸ P.A. Soukup, *Computer Networking, Theology, and Media Ecology*, “Asian Horizons: Dharmaram Journal of Theology” 2011, vol. 5/3, p. 484–497.

the media ecology, a much greater richness of theology emerges in the history of Christianity. Not surprisingly, people also applied that “seeking understanding” to the media of theology themselves. This practice probably begins with Augustine in the fifth century and John Damascene in the eighth century. As a one-time teacher of rhetoric (as were many of the Church Fathers, since the study of rhetoric formed the core of classical education), Augustine limited his media ecology concern to rhetoric, answering the question of whether Christian preachers could or should employ the methods of classical rhetoric, a theme he explores in the “De Doctrina Christiana”. For Augustine, classical rhetoric constituted a way of knowing, something that the rhetor could apply to any subject matter. While he recognizes the independence of the Scriptures, he does accept the use of some hermeneutical tools for difficult passages. He also defends the Christian teacher who will utilize the norms of contemporary culture to more beautifully and forcefully express theological ideas: Why should they not have access to the same tools as their opponents, he asks. We see as much in Augustine’s own sermons and books, each elegantly crafted. But such seeking understanding about the media of theology never formed a central concern for Augustine.

Other theological responses to communication media also appear in Church practice. Though not developed consciously as a theological response to clashing interpretations, the Church Councils did opt for a practical solution to the existence of heretical materials. After a Council had decided an issue (and anathematized opposing views), manuscripts were destroyed. Much of the evidence we have of the arguments of the heresies of the early church comes only from the summaries contained in the works of those setting out to refute them. This theological approach, then, lay in what today we would term information control. However, such a system could not be perfect, as occasionally political powers in the emperor’s circle would cling to the heretical positions.

In such far riskier times for the theologian, John Damascene took up the question of the legitimacy of images against the backdrop of the rise of iconoclasm, most likely spurred in the eastern Empire by contact with Islam²⁹. In a church long accustomed to images and icons (even the Jewish synagogue at Dura Europos features extensive images in its decorations, Silver, 2010), little explicit theological

²⁹ J. Pelikan, *The Christian Tradition: A History of the Development of Doctrine. Vol. 2. The Spirit of Eastern Christendom (600–1700)*, Chicago 1974, p. 91ff.

reflection had occurred to justify the practice in the light of the Decalogue's forbidding the making of images. When the emperor's court took up the banning of images, the Church faced a crisis. The practices of icon making had emerged in the cultural contact of the Christian missionaries with the Greek and Roman worlds and seemed more or less unproblematic until the iconoclastic movement. Ultimately John builds his argument in defense of images on the Incarnation, in which the Word becomes flesh and, in the words of the Letter to the Colossians, "is the image of the invisible God" (1:15). This detailed defense of images also receives support from Pope Gregory the Great, who argues from a pragmatic base: the images are the "Bibles of the poor," of the non-literate. Pelikan summarizes the argument:

"The original Christian defense of the visual arts", it has been noted, "was based on their usefulness as educational tools. Imagery was a means of instruction or edification, especially for the illiterate"³⁰. Images were preferable to the plain cross as symbols of the passion, because they communicated its meaning more effectively to the simple rustics. The images were "books for the illiterate", instructing them about the Christian message. The crude and uninstructed masses often failed to pay attention to the readings from Scripture in the public services of the church, but even they could have their attention drawn by images and could thus learn from them what was in the lessons³¹. As such instructional aids, the images allow those members of the body of Christ to come to know the Scriptures. The media theology of images combines both Scriptural warrant and pragmatic utility.

For the most part, communication media remained somewhat unproblematic for the Church in the next centuries. Abelard, unconscious that he participated in a kind of media theology or at least a theology dependent on the media ecology of his day, raised questions, not so much about the media, but in its effects. In his "Sic et Non", where he applied the textual analytic tools afforded by writing to the theological corpus of materials, he highlighted points of disagreement or outright contradiction among the revered church fathers and even in the Scriptures. Having the materials written down allowed for this much greater scrutiny. This kind of work, as well as the later Reformation theology, prompted a theologically-based

³⁰ Ibid.

³¹ Ibid, p. 94.

media solution, with a return to that practiced in the early church: the banning of books. If theological information were widely available to anyone, and especially those judged unable to evaluate it, then those prepared in theology would make up lists of acceptable and non-acceptable books. The rise of the printing press and its greater dissemination of ideas only made the task more urgent.

The next two theological moments in which church leaders or theologians examined media theology also occur in the context of the spread of new media. In the 19th century, newspapers and the nascent mass media introduced a cause for concern, and one which elicited a number of papal statements³². And in the early part of the 20th century, a much more threatening medium appeared in the motion picture. Like the situation of images, one did not need any literacy, education, or even sophistication to consume films and the narratives they recounted. By 1936, Church leaders proposed a two-fold response: the boycott of objectionable films and a kind of film education program, to allow people to participate in film culture in a more nuanced way. Papal statements such as “Vigilanti Cura” (1936) and “Miranda Prorsus” (1957) show a certain sophistication in addressing film and, later, television. Though much of these documents take a suspicious tone, they do take the then new media seriously; they also acknowledge that the Church should learn to make use of these media³³.

Finally, in the 1950s, some theologians addressed a new question: whether the Mass or other Church rituals should be televised and whether those participating from a distance might benefit from the graces bestowed by the sacraments³⁴. The approach applied the categories of sacramental theology and participation to the televisual presence, in an interesting anticipation of today’s debates about virtual reality.

³² E. Baragli, *Comunicazione Comunione e Chiesa*, Roma 1973, p. 245–282.

³³ For a very thorough listing of Catholic Church statements on communication – 842 in all – from the “Acts of the Apostles” to the Papacy of Paul VI. See: E. Baragli, *Comunicazione Comunione...*, op. cit.

³⁴ K. Rahner, *Die Messe und das Fernsehen*, in: R. Guardine, H. Kahlefeld (eds.), *Apparatur und Glaube*, Würzburg 1955 (Available as: *The Mass and Television*, in: *Mission and Grace: Essays in Pastoral Theology*, Vol. 1, London 1963, p. 255–275.

3. VATICAN II AND THE GROWTH OF MEDIA THEOLOGY

At the end of the first session of the Second Vatican Council, in December 1963, the Council Fathers adopted the Decree “Inter Mirifica”, addressing the means of social communication. Recognizing their lack of knowledge to thoroughly deal with topic, they limited the decree to just a few points: the moral demands of social communication, the need for information, the role of public opinion, the Church’s use of these new means for its apostolic goals, and the formation of Catholics in social communication. The decree also called for a longer, more detailed statement from the Pontifical Council on Social Communication. In 1971 that group issued “*Communio et Progressio*”, a careful statement on the means of social communication. Here, as in other Vatican documents of the time, social communication refers to the printed word, cinema, radio, television, and the theater. The first section of this lengthy statement outlined a theology prepared by the Vatican theologians with which Catholics might approach the various means of social communication. This included the goal of social communication (the unity and progress of human society³⁵), the model (Christ, the perfect communicator³⁶), the method (the giving of oneself in love³⁷), and “essential requirements” (sincerity, honesty, and truthfulness³⁸). And they also called for theologians around the world to reflect on the new communication media³⁹.

“*Communio et Progressio*” spurred the beginnings of the recent period of theological reflection on communication. In the 1980s and 1990s a series of biannual meetings of theologians and communication scholars took place under the auspices of the Pontifical Gregorian University in Rome and the Jesuit-sponsored Centre for the Study of Communication and Culture. Each meeting focused on a theme: fundamental theology, ecclesiology, moral theology, revelation, film, and so on, with many resulting in the publication of the papers⁴⁰. Seminar organizers

³⁵ Pontifical Council for Social Communications, *Communio et Progressio* (1971), no. 6–9.

³⁶ *Ibid*, no. 11.

³⁷ *Ibid*.

³⁸ *Ibid*, no. 17.

³⁹ *Ibid*, no. 108.

⁴⁰ P. Granfield (ed.), *The Church and Communication*, Kansas City, MO 1994, P. Rossi, P.A. Soukup, (eds.), *Mass Media and the Moral Imagination*, Kansas City, MO 1994, P.A. Soukup (ed.), *Media, Culture, and Catholicism*. Kansas City, MO 1996.

wanted to promote theological reflection on communication by setting up interdisciplinary venues where those trained in theological analysis and those with a background in communication might learn from each other. In the following years, others, led by Plude and Bonnot attempted similar discussions in the United States, at the annual meetings of the Catholic Theological Society⁴¹.

At the same time other Christian churches also began to develop a theological approach to communication. Most did so either to provide a grounding for their denominational forays into mass media or to reflect on the theology of the then-popular televangelists (television preachers). Since these preachers typically followed an ecclesiology and a theology of evangelization different from the more liturgical churches, this exploration of comparative theology proved fruitful. Soukup provides a guide to the growing literature in communication and theology of that time, dividing the material into six categories, based on communication areas: linguistic communication, aesthetic communication, cultural communication, interpersonal communication, mass media communication, and theological communication⁴². In each category, he identifies four themes: religious self-understanding Christian attitudes toward communication, pastoral uses of communication, and ethics, advocacy.

3.1. Communication and Theology

In the last 20 years, several distinct strands of theological reflection on communication have emerged. The broadest, “communication and theology” follows the description that Soukup appropriates and expands from McDonnell and includes “any item which ‘in some manner contribute[s] to a systematic reflection upon or elucidation of theological problems in the light of communication theory or practice, or of communication experiences and issues in the light of Christian faith’”⁴³. Theology here refers to the “systematic investigation and study of God, either as

⁴¹ F.F. Plude, *Communication Theology in Theory and Practice*, “Catholic International” 2001, vol. 12/4, p. 25–27; B. Bonnot, *Communication Theology: Some Basics*, “Catholic International” 2001, vol. 12/4, p. 25–27.

⁴² P.A. Soukup, *Communication and Theology: Introduction and Review of the Literature*, London 1983 (reprint: London: Centre for the Study of Communication and Culture 1991).

⁴³ P.A. Soukup, *Communication and Theology...*, op. cit., p. 19; J. McDonnell, *Theology and Communication: A Bibliography Compiled by the Centre for the Study of Communication and Culture*, London 1982.

God or in relation to human beings and human living”⁴⁴, while communication can refer to the process of sharing information or establishing relationships, the relationships themselves and the media through which communication works, or the content of the interactions. This broad definition allows a great deal. It includes any attempts to bring theology and communication together, either in practice or in an academic exchange. This would include, for example, the entanglement of communication and theology as expressed in the media ecology described at the beginning of this article.

The general definition encompasses the work of theologians who use communication concepts to inform their work on traditional theological topics. Joseph Appleyard explores the signification of sacraments – centrally important to theology in Augustine, Aquinas, and the Reformation – by an appeal to contemporary theories of symbol and to the speech act theory that grounds a great deal of study of interpersonal communication⁴⁵. Franz Jozef van Beeck also uses interpersonal communication and some of its theories of relationship to resolve a conundrum of the theology of revelation⁴⁶.

The approach also includes the more sociological work of religious thinkers like Robert White or Gordon Lynch who explore how the churches utilize communication and how theologians draw on popular culture⁴⁷. White analyzes the historical record of the Catholic Church’s attitudes toward mass media, but begins with an acknowledgment of the role of communication in the life of the Church: “Christianity is pre-eminently a religion of communication, placing central emphasis on: a divine revelation; the Incarnation and a Church that is continually becoming incarnate in different cultures; the mandate of proclaiming the Word of God; the formal ecclesial community as the context of faith development; the key role of written scriptures; and the teaching of a tradition to succeeding generations. The vitality of the Church has depended very much on adapting its gospel witness to the forms of communication of a particular era”⁴⁸.

⁴⁴ Ibid.

⁴⁵ J. Appleyard, *How does a Sacrament “Cause by Signifying”?*, “Science et Esprit” 1971, vol. 23, p. 167–200.

⁴⁶ F.-J. Van Beeck, *Divine Revelation: Intervention or Self-Communication?*, “Theological Studies” 1991, vol. 52, p. 199–226.

⁴⁷ R. White, *The New Communication Emerging in the Church*, “Catholic International” 2001, vol. 12/4, p. 18; G. Lynch, *Understanding Theology and Popular...*, op. cit., p. 20–42.

⁴⁸ R. White, *The New Communication Emerging...*, op. cit., p. 18–24.

After a detailed description of contemporary society, he proposes that, in order to effectively communicate, Catholic teaching must undertake a theology of symbolism and that religious teachers and leaders must create symbols of faith, things only possible in a more egalitarian church and a church attuned to popular culture. Lynch begins with popular culture, asking why theologians should pay attention to popular culture. He proposes four answers: first, religion interacts with popular culture daily, especially in the lives of people. He notes, "popular culture shapes religious belief and activities or is appropriated by religious groups, religion is represented in popular culture, and religious groups interact with popular culture"⁴⁹. Second, "popular culture may serve religious functions in contempo-

Christianity is pre-eminently a religion of communication, placing central emphasis on: a divine revelation; the Incarnation and a Church that is continually becoming incarnate in different cultures; the mandate of proclaiming the Word of God.

rary society" on a sociological level that overflows into theology. Third, some in the Christian churches have already adopted "a missiological response to popular culture." Fourth, there exists a widespread "use of popular cultural texts and practices as a medium for theological reflection"⁵⁰. His last category includes the abundance of material on the use of cinema as a source of theological reflection, one of the largest sources of material in the categories of theology and communication⁵¹. Implicit within this overall approach lies the work of those who use different media to explore theological topics: contemporary film directors like Krzysztof Kieślowski and Clint Eastwood or musicians represented in various Christian bands.

⁴⁹ G. Lynch, *Understanding theology...*, op. cit., p. 21.

⁵⁰ Ibid.

⁵¹ For a sense of its extent, see: T. Lindvall, *Religion and Film, Part II: Theology and Pedagogy*, "Communication Research Trends" 2005, vol. 24/1, p. 3–40, though many more texts have appeared since Lindvall's work.

Jose M. Galvan represents a theological variation on these approaches in his reflections on aesthetics as a theology category. He begins with this premise: "Many current cultural factors and the internal dynamics of post-modernity, both very much related to information and communication technologies, seem to indicate that the *pulchrum* [beauty] will continue to have a relative predominance over the *verum* [truth] and the *bonum* [good]"⁵². Beginning with beauty, then, he constructs a media theology, arguing that the categories of aesthetics work better today than those of the other philosophical universals.

3.2. Communication Theology

Plude and her colleagues tend to refer to their work as "communication theology." The area focuses largely on the mass media. And though she recognizes the limitations of the title (that it "seems to make communication derivative of Theology"⁵³; that it lacks nuance), she compares the approach to "liberation and feminist-themed theologies. In this context, communication theology, within the Catholic perspective as conditioned by Vatican II, is doing theology: [a.] from a position within today's culture which is defined by communication emphases, [b.] with a perspective that seeks to understand the Divine presence and action in the varied dimensions of this communication culture"⁵⁴.

This approach often includes works that have their origin in formal theology, such as that of Avery Dulles whose work focused on the nature of the Church⁵⁵. Rather than use the term, "communication theology," he uses the more straightforward, "theology of communication". He proposes this definition: The theology of communications is the study of how God brings about the convictions and commitments connected with religious faith. Faith normally requires for its proper development a community of believers who support one another's investigations and commitments. The theology of communications is, therefore, closely connected with ecclesiology⁵⁶.

⁵² J. Galvan, *The Importance of the Cinema in the Dialogue Between Theology and Post-modernity: 10 Stages of a Journey*, "Communication Research Trends" 2013, vol. 32/3, p. 28.

⁵³ F.F. Plude, *Communication Theology in Theory...*, op. cit., p. 25-27.

⁵⁴ Ibid.

⁵⁵ A. Dulles, *A Half Century of Ecclesiology*, "Theological Studies" 1989, vol. 50, p. 430-431.

⁵⁶ Ibid.

On this foundation he attempted to map various kinds of communication onto his earlier work on the nature or models of the Church, judging, for example, broadcasting and mass media (or centralized communication) as better suited to an institutional or hierarchical model of the Church while symbolic communication describes a sacramental model of the Church⁵⁷.

3.3. Communicative Theology

Communicative theology emerged out of a collaboration between several groups in Germany; it refers primarily to a method of doing theology rather than to a specific subject matter in theology. Bernard Hilberath, one of its principal researchers, provides this description:

“Communicative Theology is not a theological reflection about any single sector of reality, comparable to a ‘theology of marriage’ or a ‘theology of work’. On the contrary, it addresses itself to the whole of reality – a trait it shares with the Theology of Liberation, which likewise deals with reality, namely in the perspective of God, who liberates his People. Analogously, Communicative Theology has its foundation in God’s self-communication, in short, in the revelation of a ‘communicative God’. This too holds for all times and places, but the contemporary situation in the Catholic Church and in the ecumenical movement calls for special attention in this regard, and this is the context in which Communicative Theology was born. It arose precisely out of the practice of theological communication within groups”⁵⁸.

Bradford Hinze provides a more detailed introduction to the work of those developing communicative theology and connects it to contemporary theological concerns with personalism and dialogue, and with hermeneutics. Where the other approaches to media theology tend to focus on media and the cultural realities of television, radio, and film, communicative theology begins at the interpersonal level and develops communities of theological practitioners⁵⁹.

⁵⁷ A. Dulles, *The Church Is Communications*, “The Catholic Mind”, October 1971 p. 6–16.

⁵⁸ B.J. Hilberath, *Communicative Theology: A Short Introduction. Paper presented to the first conference on Communication and Theology*, Santa Clara University, June 2012, p. 1.

⁵⁹ B.E. Hinze, *Introduction*, in: M. Scharer, B.J. Hilberath, *The Practice of Communicative Theology: An Introduction to New Theological Culture*, New York 2008, p. 1–9.

4. OTHER AREAS OF REFLECTION

This overview of some of the past approaches to – and works seeking to develop – theological reflection on communication suggests some of the breadth of concern, though it cannot possibly cover everything. Soukup summarizes work in the 1990s, while “Communication Research Trends” published essays on theological and religious perspectives on the Internet, with material from the Jewish, Catholic, Islamic, and Hindu traditions⁶⁰. “Communication Research Trends” (2013) returned to the general topic with essays addressing theological reflection on social media.

Social media offer new opportunities for reflection on communication and theology since these new media combine aspects of both the interpersonal communities of communicative theology and the indiscriminate audiences of mass communication, as well as new understandings of human interaction, human personality, and human presence.

Social media offer new opportunities for reflection on communication and theology since these new media combine aspects of both the interpersonal communities of communicative theology and the indiscriminate audiences of mass communication, as well as new understandings of human interaction, human personality, and human presence. Two areas hold importance. First, these new media challenge theology to reevaluate presence: how does the virtual community and its virtual participation affect the traditional theological thinking that depends on the face-to-face presence in Christian worship or on the various definitions of the

⁶⁰ P.A. Soukup, *c*

divine presence? Virtuality also affects people's experience of and thinking about place. Is place in the virtual world different from place as represented in the Stations of the Cross, for example? In many ways these questions arise from media ecology, since they call attention to the changing media environment and how those changes affect the entire communication ecosystem in which the Church exists⁶¹.

Second, social media and the Internet more generally have recreated the situation of the printing press by making multiple, cheap information available without any vetting process⁶². For organizations like the Christian churches, this raises the question of religious authority: who speaks for the church? On the one hand, social media can lead to a flowering of theological opinion by opening up the discourses of theology; on the other hand, these media can lead to uncertainty about belief and doctrine. On another level, these new media invite a new reflection on ecclesiology and the nature of the Church. While the Church may have faced similar issues with other "new" technologies – the printing press or the television, for example – the theories and methods used to resolve those issues seem not suited to today's concerns.

Another area that could bear much fruit takes up a theme first explicitly addressed by Paul VI in his apostolic exhortation, *Evangelii Nuntiandi* (1975) and repeated by John Paul II in the encyclical *Redemptoris Missio* (1990): the use of various communication media for evangelization. This theme occurs again and again, though the Catholic Church, its dioceses, and communication enterprises run by both religious communities and lay organizations seem unable to make an impact on contemporary culture. Perhaps the combination of a theology of evangelization and the study of media audiences might help to shed light on the challenges.

Finally, contemporary communication media and practices have, in the media ecology sense, changed all other practices of human interaction. And that has had a profound affect on community and culture, two areas central to the life of the Church. Much of the theology of *communio* stems from an earlier age in

⁶¹ P.A., Soukup, *Computer Networking...*, op. cit., p. 484–497; P.A. Soukup, *Looking at, with, and through YouTube*, https://darcynablog.files.wordpress.com/2014/11/youtube_schol.pdf (accessed 12.08.2019).

⁶² P.A. Soukup, *Computer Networking...*, op. cit., p. 484–497.

the Church, a time of smaller cities, a time of a slower pace of life. Similarly, the Church's understanding of culture dates to times before mass culture. But today people live in a world not defined by the Gospel and constantly bombarded by ever changing messages. Here, too, we see the need to understand the world of communication in a theologically sophisticated way.

This brief essay has introduced several approaches to applying theological reflection to communication, beginning with the historical expressions of theology through communication. In the past, Church fathers and teachers tended to consider communication media only when they raised problems for the Christian community. Consistent with the Second Vatican Council's theological directions, scholars and theologians have worked to develop a positive media theology in the last 50 years. From the other side – that of communication studies – approaches like media ecology have allowed a new appreciation of the role that communication itself plays in theology.

REFERENCES

- Appleyard J., *How does a Sacrament "Cause by Signifying"?*, "Science et Esprit" 1971, vol. 23, p. 167–200.
- Baragli E., *Comunicazione Comunione e Chiesa*, Roma 1973.
- Bonnot B., *Communication Theology: Some Basics*, "Catholic International" 2001, vol. 12/4, p. 25–27.
- Dulles A., *A Half Century of Ecclesiology*, "Theological Studies" 1989, vol. 50, p. 430–31.
- Dulles A., *The Church Is Communications*, "The Catholic Mind", October 1971, p. 6–16.
- Dunn J.D.G., *Jesus in Oral Memory: The Initial Stages of the Jesus Tradition*, in: D. Donnelly (ed.), *Jesus: A Colloquium in the Holy Land*, New York 2001, p. 84–145.
- Eisenstein E., *The Printing Press as an Agent of Change: Communications and Cultural Transformations in Early-Modern Europe*, Cambridge 1979.
- Ferree B., *Bibles in Stone*, "New England Magazine" 1898, 24/3, p. 162–177.
- Galvan J., *The Importance of the Cinema in the Dialogue Between Theology and Post-modernity: 10 Stages of a Journey*, "Communication Research Trends" 2013, vol. 32/3, p. 28–33.
- Goethals G.T., *The Electronic Golden Calf: Images, Religion, and the Making of Meaning*, Cambridge, MA 1990.
- Goethals G.T., *The Imaged Word: Aesthetics, Fidelity, and New Media Translations*, in: P.A. Soukup, R. Hodgson (eds.), *Fidelity and Translation: Communicating the Bible in New Media*, Franklin, WI 1999, p. 133–172.
- Granfield (ed.), *The Church and Communication*, Kansas City, MO 1994

- Hilberath B.J., *Communicative Theology: A Short Introduction*. Paper presented to the first conference on Communication and Theology, Santa Clara University, June 2012.
- Hinze B.E., *Introduction*, in: M. Scharer, B.J. Hilberath, *The Practice of Communicative Theology: An Introduction to New Theological Culture*, New York 2008, P. 1–9.
- John Paul II, *Redemptoris Missio* (1990), http://www.vatican.va/holy_father/john_paul_ii/encyclicals/documents/hf_jp-ii_enc_07121990_redemptoris-missio_en.html (accessed 12.07.2019).
- Laytham D.B., *iPod, YouTube, Wii Play: Theological engagements with entertainment*. Eugene, OR 2012.
- Lindvall T., *Religion and Film, Part II: Theology and Pedagogy*, "Communication Research Trends" 2005, vol. 24/1, p. 3–40.
- Lynch G., *Understanding Theology and Popular Culture*, Malden, MA 2005.
- Martin T.M., *Images and the Imageless: A Study of Religious Consciousness and Film*, Lewisburg 1991.
- McDonnell J. *Theology and Communication: A Bibliography Compiled by the Centre for the Study of Communication and Culture*. London 1982.
- Milburn R., *Early Christian Art and Architecture*, Berkeley 1988.
- Museum of Biblical Art, *The art of forgiveness: Images of the prodigal son*, <http://mobia.org/exhibitions/the-art-of-forgiveness#slideshow1> (accessed 12.07.2019).
- Ong W. J., *Orality and Literacy: The Technologizing of the Word*, London-New York 1982.
- Ong W. J., *The Literate Orality of Popular Culture Today*, in: W.J. Ong, *Rhetoric, Romance, and Technology*, Ithaca-London 1971.
- Paul VI, *Evangelii Nuntiandii* (1975), http://www.vatican.va/holy_father/paul_vi/apost_exhortations/documents/hf_p-vi_exh_19751208_evangelii-nuntiandi_en.html (accessed 12.06.2019).
- Pelikan J., *Bach among the Theologians*, Philadelphia 1986.
- Pelikan, J., *The Christian tradition: A history of the development of doctrine. Vol. 2. The spirit of Eastern Christendom (600–1700)*, Chicago 1974.
- Plude F.F., *Communication Theology in Theory and Practice*, "Catholic International" 2001, vol. 12/4, p. 25–27.
- Postman N., *The Reformed English Curriculum*, in: A.C. Eurich (ed.), *High School 1980: The Shape of the Future in American Secondary Education*, New York 1970, p. 160–168.
- Rahner K., *Die Messe und das Fernsehen*, in: R. Guardine, H. Kahlefeld (eds.), *Apparatur und Glaube*, Würzburg 1955 (Available as: *The Mass and Television*, in: *Mission and Grace: Essays in Pastoral Theology*, Vol. 1, London 1963, p. 255–275).
- Rossi P., Soukup P.A. (eds.), *Mass Media and the Moral Imagination*, Kansas City, MO 1994.
- Shea J., *Stories of Faith*, Chicago 1980.
- Silver C., *Dura-Europos: Crossroad of Cultures*, "Archeology", 31.03.2010, http://www.archaeology.org/online/features/dura_europos/ (accessed 12.07.2019).
- Soukup P. A., *Communication and Theology: Introduction and Review of the Literature*, London 1983. (Reprint: London: Centre for the Study of Communication and Culture 1991).

- Soukup P.A., *A Media Ecology of the King James Version*, "Translation" 2013, vol. 3, p. 151–173.
- Soukup P.A., *Computer Networking, Theology, and Media Ecology*, "Asian Horizons: Dharmaram Journal of Theology" 2011, vol. 5/3, p. 484–497.
- Soukup P.A., *Looking at, with, and through YouTube*, https://darcynablog.files.wordpress.com/2014/11/youtube_schol.pdf (accessed 12.09.2019).
- Soukup P.A., *Media and Religion. Communication*, "Communication Research Trends" 2002, vol. 21/2, p. 3–37.
- Soukup P.A., *Media, Culture, and Catholicism*. Kansas City, MO 1996.
- Soukup P.A., *Orality, Literacy, Education, and Theology. Paper presented to the 13th Annual Convention of the Media Ecology Association*, June 2012, New York.
- Strate L., *A Media Ecology Review*, "Communication Research Trends" 2004, vol. 23/2, p. 3–43.
- Strate L., *Understanding MEA*, http://www.media-ecology.org/media_ecology/index.html (accessed 11.09.2019).
- Van Beeck F.-J., *Divine Revelation: Intervention or Self-Communication?*, "Theological Studies" 1991, vol. 52, p. 199–226.
- Ward R.F., Trobisch D. J., *Bringing the Word to Life: Engaging the New Testament through Performing it*, Grand Rapids, MI 2013, p. 3–33.
- White R.A., *The New Communication Emerging in the Church*, "Catholic International" 2001, vol. 12/4, p. 18–24.

Biography

Paul A. Soukup, S.J., Department of Communication Santa Clara University; has explored the connections between communication and theology since 1982. His publications include "Communication and Theology" (1983); "Christian Communication: A Bibliographical Survey" (1989), "Media, Culture, and Catholicism" (1996), "Mass Media and the Moral Imagination" with Philip J. Rossi (1994), and "Fidelity and Translation: Communicating the Bible in New Media with Robert Hodgson" (1999). In addition, he and Thomas J. Farrell have edited four volumes of the collected works of Walter J. Ong, S.J., "Faith and Contexts" (1992–1999). These volumes have led him to examine more closely how orality-literacy studies can contribute to an understanding of theological expression. Most recently, he has published a book of Biblical meditations on communication, "Out of Eden: 7 Ways God Restores Blocked Communication" (2006) and edited a collection of essays applying "Ong's thought, Of Ong & Media Ecology: Essays in Communication, Composition, and Literary Studies" (2012). Fr. Soukup serves on the Boards of Trustees of the American Bible Society and of Loyola University of New Orleans. Contact: psoukup@scu.edu

KOMUNIKACJA WIZUALNA

Norbert Mojżyn

Faculty of Theology, UKSW

“Countryside Cathedrals”? Communicating Meanings Through the Sacred Architecture of J.P. Dziekoński in the Diocese of Łomża within Its Current Borders. Part II

„Wiejskie katedry”? Komunikowanie znaczeń w architekturze sakralnej J. P. Dziekońskiego na terenie diecezji łomżyńskiej w obecnych jej granicach. Cz. II.

ABSTRACT:

This article revives the memory of a slightly forgotten architect Józef Pius Dziekoński and his work on the territory of today's Łomża diocese, putting it in the perspective of the communication theory. The popularity of Dziekoński's neo-Gothic structures, also known as “countryside cathedrals”, is analyzed with the model of communicating symbolic messages (sender – architect; message – buildings; receivers – the faithful, onlookers). The decision on analyzing Dziekoński's works was influenced by two factors: 1) This architecture has not been sufficiently studied in respect of communicating meanings; 2) There has been no study to analyze only Dziekoński's churches built on today's territory of Łomża diocese. The aim of this paper is to present the historical and ideological context which determined the character of those sacred buildings and their communication role, especially as opposed to the Byzantine-Russian architecture imposed at that time by the Tsarist administration.

KEYWORDS:

J.P. Dziekoński, communication, sacred architecture, Diocese of Łomża, neo-Gothic, Vistula-Baltic style

STRESZCZENIE:

W niniejszym artykule przypomina się sylwetkę i twórczość na obszarze obecnej diecezji łomżyńskiej nieco zapomnianego architekta warszawskiego, Józefa Piusa Dziekońskiego w perspektywie teorii komunikacji. Popularność neogotyckich budowli Dziekońskiego, nazywanych „wiejskimi katedrami”, zostaje zanalizowana przy pomocy modelu komunikacji treści symbolicznych (nadawca-architekt, komunikat-budowle, odbiorca-wierni, widzowie). Na podjęcie charakterystyki twórczości Dziekońskiego wpłynęły dwa zasadnicze czynniki: 1) architektura ta nie została wystarczająco dotąd zbadana pod kątem komunikowania znaczeń; 2) nie istnieje opracowanie analizujące wyłącznie kościoły Dziekońskiego na terenie obecnej diecezji łomżyńskiej. W prezentowanym tekście chodzi o przedstawienie kontekstu historycznego i programu ideowego, który determinował charakter omawianych budowli sakralnych i ich rolę komunikacyjną, zwłaszcza w opozycji do architektury bizantyńsko-rosyjskiej narzucanej w tym czasie przez władze carskie.

SŁOWA KLUCZOWE:

J.P. Dziekoński, komunikacja, architektura sakralna, diecezja łomżyńska, neogotyck

Today's research is becoming increasingly interdisciplinary. The methods and methodologies are no longer property of particular disciplines; new types of observation and research are being developed, as well as new approaches to drawing logical conclusions, rules of analysis and ways of synthesizing.¹ This also refers to the field where the social sciences and humanities overlap. In this area, the interactions between architecture and its users or onlookers, which can be referred to as communication, seem to be an interesting field of research. As over half a century ago Bernard Berelson noted: Communication is about communicating information, thoughts, emotions, impressions, etc., by means of symbols.² Architecture is not mute, it speaks with symbols, semantics of their form and content. It speaks with its ideological program, role, aims for which it has been erected, shortly speaking: it communicates. Walery Pisarek writing about communication highlights the psychological (intellectual and emotional) facet of

Architecture is not mute, it speaks with
symbols, semantics of their form and content.
It speaks with its ideological program, role,
aims for which it has been erected, shortly
speaking: it communicates.

the message saying that: "Communicating psychological content – both intellectual and emotional – (...) by an individual (or individuals) A to an individual (or individuals) B is called communicating or informing".³ Undoubtedly, architecture includes a great deal of intellectual content with the potential of psychological influence.

Architects being senders of the "masonry" messages use various tools of artistic articulation drawing on symbolism, metaphor, tradition, cannon, style, or even a play, appearance or irony.⁴ Ever since the second half of the 19th century

¹ C. Frankfort-Nachmias, D. Nachmias, *Metody badawcze w naukach społecznych*, Poznań 2001, p. 28.

² B. Berelson, G.A. Steiner, *Human Behavior*, New York 1964, p. 254.

³ W. Pisarek, *Wstęp do nauki o komunikowaniu*, Warszawa 2008, p. 17.

when history of architecture crystalized as an independent area of study (then called “archeology of art”) the researchers have been seeking for ways of reading, describing and defining the architectural messages communicated by means of signs. Phenomena perceived by our senses, signs are used in lieu of something else.⁵ In architecture, signs are communicated on three levels: 1) an idea expressed by the architect in his or her work, 2) the delivery of the idea (building); and finally 3) the way of reading the idea by the receiver, users or onlookers.⁶ This is a classical model of communication based on the trio made of the sender, the message and the receiver.

What was then meant to be communicated by the neo-Gothic churches by Józef Pius Dziekoński (1844-1927) erected in the late 1890s and early 1900s?

THE ARCHITECT AS THE SENDER

The first level of communication concerns the architect-sender's ideas. They constitute a preliminary stage, a creative inspiration. Thanks to their artistic imagination based on his or her professional experience, the architect-creator translates the ideas into designs and next – on the construction site – into actual buildings. The architect's ideas are not entirely autonomous because they are subject to constant updating and modification due to continuously changing social and cultural experience. The architectural message is based on the formal articulation of meanings, thoughts and images. As Jacek Krenz says: “The ideas and images included in this message make the bedrock of the final piece. Whereas the form is a kind of medium which communicates the message and, reaching the receiver, itself becomes the message.”⁷

Created based on the combination of those ideas, the building is a multi-layer message where information is communicated by signs of esthetic, intellectual or emotional character; all of them are present to different degree and extent. It is the architect who decides which one of them is to prevail; in other words, to what

⁵ M. Lurker, *Przesłanie symboli w mitach, kulturach i religiach*, Kraków 1994, p. 24.

⁶ J. Krenz, *Idea ujęta w kamień*, <http://www.pg.gda.pl/~jkrenz/Az/Book3.html>, access 23.07.2019.

⁷ Ibidem.

vision (function or idea) will the architect choose to subject the entirety of his or her creation (e.g. religious or political).⁸

Józef Pius Dziekoński was one of those architects of the turn of the century who lay foundations for the creative work infused with the "archeology of art" and "scholarly criticism", and which were connected with the naissance of the professional history of architecture on the Polish territory.⁹ An analytical look at the history of architecture established his reputation as one of the main figures of that time whose architecture harked back to history.¹⁰ Dziekoński's historicism

Dziekoński's historicism was not a romantic longing for the mysterious atmosphere of the Middle Ages; He extensively used the achievements of the history of architecture which was being developed at that time.

was not a romantic longing for the mysterious atmosphere of the Middle Ages; He extensively used the achievements of the history of architecture which was being developed at that time. In his work, Dziekoński drew on the leading designs of Austrian and German neo-Gothic (Votivkirche in Vienna¹¹, façade along with a part of the main body of the cathedral in Cologne¹²), which he creatively trans-

⁹ A. Majdowski, *O „archeologii sztuki i krytycyzmie naukowym” w polskiej architekturze sakralnej drugiej połowy XIX wieku*, *Nasza Przyszłość: Studia z dziejów Kościoła i kultury katolickiej w Polsce*, Kraków 1991, Vol. 76, pp. 295–313.

¹⁰ K. Stefański, *Nowa forma w polskiej architekturze sakralnej początku XX wieku: Wojciechowski-Sosnowski-Wiwulski*, „Saeculum Christianum: pismo historyczno-społeczne” 2003, No. 10/2, p. 310.

¹¹ The building underscoring the greatness of the Habsburgs, founded in Vienna as a gratitude for saving the life of the royal successor, the young Franz Josef I, who was targeted in an assassination attack in 1853; The church was built in 1855–79 and was designed by Heinrich von Ferstel.

¹² The construction works of the Cologne cathedral started in 1248. The works were stopped by the Reformation; the construction was accomplished in 1842–1880.

formed based on the Polish Gothic heritage.¹³ In his works of architecture, he was aiming to encapsulate a creative synthesis of the Polish and European Gothic architecture, not by copying but by using the existing buildings as an inspiration. As he wrote: "I do not study history of the pieces of architectural heritage; when building them, I take the position of pure art."¹⁴

Dziekoński's sacred architecture of the turn of the century delivers on the postulates appearing among the public, in the press and archive sources, calling for initiatives to erect buildings which would hark back to historical heritage and

Dziekoński's sacred architecture of the turn of the century delivers on the postulates appearing among the public, in the press and archive sources, calling for initiatives to erect buildings which would hark back to historical heritage and be as beautiful, great and magnificent as the medieval Gothic cathedrals. Those proposed projects were supposed to echo the grandness of the ancient Polish architecture.

be as beautiful, great and magnificent as the medieval Gothic cathedrals.¹⁵ Those proposed projects were supposed to echo the grandness of the ancient Polish architecture. Following the historicist approach in his work to such a wide extent,

¹³ J. Dziekoński, *Kościół parafialny ś-go Floryana na Pradze*, „Architekt”, No. 1 (1900), p. 6. See A. Majdowski, *O poglądach na styl wiślano-bałtycki w polskiej architekturze sakralnej XIX wieku*, in: *Nasza Przeszłość: Studia z dziejów Kościoła i kultury katolickiej w Polsce*, Kraków 1992, Vol. 78, p. 324, footnote 69.

¹⁴ J. Dziekoński, *Kościół NP. Maryi w Krakowie*, „Przegląd Techniczny” 15 (1889), p. 92. See A. Majdowski, *O poglądach...*, op. cit., p. 323, footnote 65.

¹⁵ Cf. W.F. Wilczewski, *Zwiastun powszechnej radości. Ruch budowy kościołów w diecezji wileńskiej w latach 1890-1914*, Białystok 1995, p. 33.

Dziekoński shared the postulates made by some journalists¹⁶ and part of technically-minded intelligentsia¹⁷ on the need of seeking the national style, which he balanced with his extensive historical and architectural knowledge. However, he did not share the ideas of some architects and theorists like Jan Sas-Zubrzycki¹⁸, whose suggestions Dziekoński assessed as extreme if not chauvinistic. Dziekoński was convinced of the value of maintaining the historical truth. He was extremely meticulous about the authenticity of the building structure and its particular elements, especially details, calling it: "the craft perfection of a given time".¹⁹ This Warsaw architect was critical of the common practice of making ribs of plaster; In his opinion, using ribs as an inherent part of the structure and withstanding the lure of adding artificial rib vaults was evidence of "architect's sagacity".²⁰ On the other hand, he felt the pressure from the younger generation of architects who were looking for new inspirations and solutions in modernism (among others they included Adolf Szyszko Bohusz, Czesław Przybylski, Oskar Sosnowski, Jarosław Wojciechowski, Zdzisław Mączyński).²¹ The modernist architects did

¹⁶ Cf. F.K. Martynowski, *Zapoznane drogi w sztuce polskiej*, „Przegląd Bibliograficzno-Archeologiczny” 1881; K. Matuszewski, *O architekturze u obcych i u nas. Uwagi ze stanowiska estetycznego*, „Biblioteka Warszawska”, Vol. 3, 1881.

¹⁷ This approach was especially vigorously (sometimes even chauvinistically) criticized by Jan Sas-Zubrzycki who wrote: "Now, you treat Matejko painting as degenerate historicism, a mistake and perversion. (...) Whereas in architecture, quite on the contrary, you strive to seek for ancient home references (...)". See J. Sas Zubrzycki, *Styl polski styl narodowy*, Lwów 1922, p. 59.

¹⁸ J. Dziekoński, *Księgi o architekturze d-ra Zubrzyckiego*, „Przegląd Techniczny” 41 (1915), p. 321. See A. Majdowski, *O poglądach...*, op. cit., p. 325, footnote 79.

¹⁹ In the 19th century, it was common practice to add artificial ribs made of plaster along the lines of the intersection in groin vaults to create an illusion of features characteristic of the Gothic rib vaults. See J. Dziekoński, *Budowanie kościołów z cegły palonej*, „Przegląd Katolicki” 1894, p. 615. See J. Żywicki, *Nurt neogotycki w architekturze sakralnej międzyrzecza Wisły i Bugu*, in: *Nasza Przeszłość: Studia z dziejów Kościoła i kultury katolickiej w Polsce*, Kraków 1996, Vol. 85, p. 301, footnote 86.

²⁰ Ibidem.

²¹ Incidentally, it seems worth noting that in 1901-1913 the above mentioned Zdzisław Mączyński, before he developed his own individual style, was Dziekoński's student and was involved in delivering some of his neo-Gothic projects in Łomża diocese. He greatly contributed to the design and construction oversight of the churches in Rzekuń (1902-1905), Poświętne (1906), Zuzela (1906), Puchały (1906), Długosiodło (1906) and he was involved in designing the churches in Kulesze (1909), and Wąsewo (1911). Mączyński was the author of charts and measurements for Dziekoński's designs, as well as the correspondence

not compromise the postulate of adding national features to architecture. On the contrary, they were quite creative in that though remaining in opposition to historicism: they were successful in showing the elements of Polishness arranged in the modernist style.²² Functional focus as the leading principle of modernist architecture was then the most modern approach and a new paradigm of architecture.²³ Paradoxically, also Dziekoński's neo-Gothic designs included some elements of the functional approach. In his structures, one could discern construction elements which were only as massive as it was absolutely necessary, freeing the walls from their load-bearing function. In the modernist style, the same was delivered by means of entirely new technologies and material, mainly with reinforced concrete and steel.²⁴

In his historicism-infused approach Dziekoński did not restrict himself only to the neo-Gothic styled buildings. Apart from his fascination with the neo-Gothic, he was also interested in the so-called "transitory style" and eclecticism (e.g. the Warsaw Church of the Holiest Savior). Perhaps this way he wanted to avoid the cliché of the so-called Vistula-Baltic style²⁵ and assert his belief that nation-

and documentation of the conservation works. From his diaries you can also learn that apart from the above mentioned churches, in 1908, a church for the Białoszewo parish (the Łomża diocese) was designed; however, this project was never delivered. W. Jemielity, *Schematyzm diecezji łomżyńskiej*, Łomża 1975, p. 101. *Pamiętniki architekta Zdzisława Mączyńskiego*. See A. Majdowski, *Stan badań...*, op. cit., p. 251, footnote 10; p. 251, footnote 11.

²² Their voices converged with the ideas championed by architects and conservation professionals of the turn of the century for whom overusing the historical styles (especially the so called Vistula-Baltic one) was treated as forgery. The feeling of being tired of historicism echoed, among other things, in the speech given by Fr. Gerard Kowalski, during the First Rally of the National Heritage Aficionados in Cracow in 1911, where he asserted that the Vistula-Baltic style was a mistake and anachronism; he accused the investors to be keen on delivering another "pseudo-Gothic cathedral", and not a piece of genuine architecture. See G. Kowalski, *Wiejskie kościoły i ich konserwacja*, in: *Pamiętnik Pierwszego Zjazdu Miłośników Ojczystych Zabytków w Krakowie w dniach 3 i 4 lipca 1911 roku*, Kraków 1912, p. 65.

²³ Antonio Sant'Elia, an Italian futurist, in his manifesto, criticized architects that for over a century they had failed to move on: "Since the 18th century, there has not been any architecture." See A. Sant'Elia, *Manifest futurystyczny*; Source: B. Świt-Jankowska, *Znaczenie w architekturze detalu*, „Czasopismo Techniczne. Architektura” 109 (2012), z. 5-A/2, p. 593; Available online: <https://suw.biblos.pk.edu.pl/downloadResource&mId=1088182>, access: 23.07.2019.

²⁴ Medievalman0, *Architektura gotycka a scholastyka*, <https://medievalman0.wordpress.com/2009/10/16/architektura-gotycka-a-scholastyka/>, access: 5.07.2019.

²⁵ The synthesis of the history of the so called Vistula-Baltic style is given by Andrzej Majdowski in his article: *O poglądach na styl wiślano-bałtycki w polskiej architekturze sakralnej*

al elements in architecture go beyond the boundaries of individual styles.²⁶ The transitory style was a mixture of the Romanesque and Gothic features (aka "Pia-st architecture"). While in the Gothic architecture, Dziekoński mainly found the symbolic yearning of the soul to heaven, in the Romanesque style it was *misterium tremendum*, the fear of sin and God.²⁷ The elements of the transitory style are to be found in Dąbrowa Wielka and Wąsewo.

ARCHITECTURE AS A MESSAGE

The second element of the communication model is the message itself – in this case it is Dziekoński's churches on the territory of Łomża diocese. As Jacek Krenz writes: "The delivery of the intention articulated in the architectural form is performed by the use of design experience, and the principles of creating a given form like: symmetry, rhythm, climax, concentration, continuity, contrast, etc. In this workshop phase of the creative process, there comes to the material realization of the idea based on the building craft, making informed choices about the right building materials, being aware of their texture, color and construction properties. It is the architect's awareness and skills that determines if the translation of ideas into a spatial form will make the form a medium of communicating intentional messages."²⁸

Monumentality and historicism, characteristic of Dziekoński's churches, were achieved thanks to drawing on specific architectural forms: wide and slender tower façades inspired by Gothic, the division and verticalism of naves and aisles. Dziekoński consistently used tower façades (usually twin/two towers,

XIX wieku, in: *Nasza Przeszłość: Studia z dziejów Kościoła i kultury katolickiej w Polsce*, Kraków 1992, Vol. 78 (accessible on: kpbk.umk.pl – access: 23.07.2019)

²⁶ As Andrzej Majdowski writes: „It seems to be admissible to assert that in the sacred architecture those changes find their origins in the Warsaw Savior church which set up one of the directions to be followed in ambitious and creative endeavors to define the national architecture to be, shortly thereafter, referred to as the Polish style”. See A. Majdowski, *Stan badań nad twórczością Józefa Dziekońskiego w zakresie architektury sakralnej: w 150 lecie urodzin architekta*, „Ochrona Zabytków” 47/3–4 (1994), p. 266.

²⁷ Cf. W. Bałus, *Gotyk bez Boga? W kręgu znaczeń symbolicznych architektury sakralnej XIX wieku*, Toruń 2011, p. 121.

²⁸ J. Krenz, *Idea ujęta w kamień*, <http://www.pg.gda.pl/~jkrenz/Az/Book3.html>, access: 23.07.2019.

rarely a single one) to flank the western front of the building.²⁹ It was only in Zuzela that he chose not to design a tower for the front façade.³⁰ The character of the towers was historically conditioned: the lofty towers flanking western fronts were commonly associated with the Western Christianity in contrast to the condensed, domed designs typical of the Orthodox churches (since the 6th century they have been a place to hang church bells).³¹ The twin-tower façades were notable for majestic grandiosity, being an optical framework for the entire structure, and moreover, they highlighted the axuality and verticalism of the design.³² In the single-tower buildings the tower was pushed into the façade centrally following the main axis of the church.

In the late 1890s, in the Mazovian province, the aesthetic attractiveness of the twin-tower façades undoubtedly arose from the strength of the monumental design of the St. Florian church in Praga, Warsaw, which made a signature piece of the architect's style.³³ The elegance of the church's towers was based not only on the ornaments but also appropriate proportions: the towers are twice as tall as the main body (although nowadays on the territory of the Łomża diocese they often are lower than originally due to the destruction suffered during the

²⁹ Historically, the twin-tower façades were usually reserved for buildings of greater importance, mainly cathedrals or municipal churches; In the country, smaller, usually single-tower churches were built. One should point out here the role of the great French late Gothic cathedrals: "Since regularity and symmetry were the essence of the neo-Gothic style, architects strove to create "archeologically ideal" picture of the Gothic architecture drawing on its best stage of development." Source: J. Żywicki, *Architektura neogotycka...*, op. cit., p. 79.

³⁰ This decision could have been well thought-out because it allowed for a greater design capabilities of the façade thanks to using decorative ogive blind windows and openings in walls.

³¹ Jan Sas Zubrzycki ascribed virtually mystical meaning to the slender towers topped with crosses: „the cross towering over anything: this is the Gothic slogan”; There he poetically added, not without a hint of patriotism: "The style of medieval Polish chroniclers makes an example to be followed for the style of our Gothic towers: proud, grand – lofty, poetic, dreaming, and still confident and bold." See J. Sas Zubrzycki, *Styl nadwiślański*, Kraków 1910, p. 51–52.

³² K. Kleczkowski wrote that the church tower made "an impression of a spiritual dominance over anything material in its vicinity below." See K. Kleczkowski, *Analiza kształtów architektury*, Warszawa 1885, p. 50.

³³ As Jerzy Żywicki writes: "The fact that in the 1890s there started appearing twin-tower neo-Gothic churches must have been the consequence of a common influence of some model pieces of architecture like Votivkirche in Vienna, the cathedral in Cologne, and, in the first place, the St. Florian church in Warsaw." See J. Żywicki, *Architektura neogotycka na Lubelszczyźnie*, Lublin 1998, p. 79.

Second World War and later inaccurate reconstructions).³⁴ In the most grandiose designs, the towers in their upper sections could turn from quadrangle into octangle (like in the St. Mary's Basilica in Cracow). One can find this solution in Poświętne and Wąsewo where quadrangular towers make the basis for octangular belfries topped with slender spires. As a rule, the towers had three sections corresponding with their three functions: at the ground level was the narthex, one level above was the choir or its back room and in the uppermost section was the belfry topped with the helm and spire. Some towers had more stories (e.g. the one in Dąbrowa Wielka has five). The towers were topped with helms with slender spires, sometimes, like in Poświętne, they drew on well-known solutions: the helm of the higher tower of the St. Mary's Basilica in Cracow.³⁵

In the majority of cases, in his designs, Dziekoński designed three-nave hall churches or – more rarely – three-nave basilicas; only occasionally were they single nave structures. The three-nave halls were prevalent for historical and technical reasons.³⁶ The hall structure is to be found in the churches erected in Długosiodło, Kulesze Kościelne, Poświętne, Rzekuń, Wąsewo and Zuzela. The basilica structure was used only in Dąbrowa Wielka. With a conscious choice of symbols as well as the Gothic reference, the churches were built with transept or pseudotransept. Thanks to this the buildings gained a distinct outline of the Latin cross in their floor plan (in contrast to the Orthodox churches built on the plan of the Greek cross).³⁷ Additionally, Dziekoński might have taken into account the

³⁴ High towers were also of the ideological and military importance. As Jerzy Żywicki noted: "During the First World War the 'military' function was actually used again them. The retreating Russian troops blew them up. Although it served only as an excuse, they were deemed to be comfortable observation posts and thus fell prey to the desire of destroying them." See J. Żywicki, *Architektura neogotycka...*, op. cit., p. 78

³⁵ The tower façade in Poświętne can make a good case in point here: "In line with the main axis of the façade, there is a grand tower, pushed into the main body in its lower part. This is a quadrangular, four-tier tower, with the octangular top tier roofed with an octangular helm and a half-tier in its lower part made of eight bay windows, with arched window-like openings, roofed with gable helms, surrounding the spire with a crown placed in the middle of its height. The spire is topped with a pinnacle with the cross and a weather vane". See *Katalog Zabytków Sztuki w Polsce. Województwo podlaskie (białostockie). Powiat białostocki*, ed. M. Zglińskiego, K. Kolendo-Korczak, Warszawa 2016, p. 179.

³⁶ Cf. J. Żywicki, *Architektura neogotycka...*, op. cit., p. 77.

³⁷ A. Nowowieyski, *Wykład Liturgii Kościoła Katolickiego*, Vol. 1, *Wiadomości wstępne*, part I, *O środkach rozwinięcia kultu*, Warszawa 1893, p. 140.

practical considerations: in the arms of the transept one could place occasional liturgy-related decorations (e.g. Tomb of Jesus, Altar of Repose with the veiled ciborium, etc.).³⁸ At the crossing of the transept with the nave or on the eastern top, he usually placed ridge turrets (e.g. which have been either preserved or rebuilt in Dąbrowa Wielka, Długosiodło, Kulesze, Rzeuń or Wąsewo).

For Dziekoński it was the brick that was predominantly his first choice as both the basic building material as well as decorative one, although in his designs he used architectural ornaments carefully. Dziekoński put the greatest decorative focus on the front walls, especially their upper parts: he decorated them with blind windows, lisenés, mullions, blind niches, spires and pinnacles.³⁹ The walls were fashioned with friezes, mouldings, blind niches, ogive-shaped surfaces and plastered blind windows which were used to contrast the surfaces (e.g. a thin colored frieze under the overhang in Rzeuń or color-contrasted front façade in Długosiodło and Wąsewo, crow-step tops (closing the aisles in Zezula).⁴⁰ He obtained the rhythm of the vertical structure of walls by combining them with slanting buttresses reinforcing the walls.⁴¹ In the classical design of the Gothic basilicas the buttresses came along with flying buttresses; on the territory of the Łomża diocese, the best examples thereof are to be found in Dąbrowa Wielka, where they tower above the roofs of aisles (however, they are not so sophisticated as the ones in the St. Florian church in Praga, Warsaw).

THE RECEIVER

The third component of the communication of architecture are the receivers, i.e. the faithful and onlookers. As Jacek Krentz writes: "The ability to read those meanings depends on the perception capacity of the receiver, their emotional and

³⁸ J. Żywicki, *Architektura neogotycka...*, op. cit., p. 78.

³⁹ As Piotr Krakowski writes: „The popularity of the brick architecture predominantly hinged on its actual strengths: color effect giving a real opportunity to monumentalize color in architecture; next, the simplicity and easy and solid structure, possibility of effective combination with other materials, both for design and esthetic reasons; or, finally, actual large scale supply of brick.” See P. Krakowski, *Fasada dziewiętnastowieczna. Ze studiów nad architekturą XIX wieku*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego. Prace z Historii Sztuki”, issue 16, 1981, p. 61.

rational awareness, as well as social and intellectual circumstances."⁴² The perception of the faithful (onlookers, receivers) is the indicator of the meaning and communicative activity. What becomes interesting then for a researcher studying this topic is to answer the question of how Dziekoński's churches were perceived at the turn of the century. Why were they so desired and popular? How did the social and political situation affect the perception and judgements that the Teutonic links and provenience were ignored? How were the signs and symbols included in specific architectural forms read in the historical and cultural situation of that time?

In many cases, in the parishes of the Łomża diocese, the investments and other sacred undertakings at the turn of the century were conducted with enthusiasm and generosity of the people.⁴³ This enthusiasm was a product of the social and historical situation. The oppressive attitude of the Tsarist authorities and common problems to obtain a permission to build churches made people inclined to build grand buildings whose dimensions exceeded the needs of the local communities.⁴⁴ And because to finance those projects one could not – as it was the case before – count on great donations from aristocratic families, the churches were predominantly built from the means of the local communities (e.g. the church in Dąbrowa Wielka was built solely from the funds raised among the local lesser nobility).

Dziekoński's professional activity concurred the time of reawakening of the national identity, defining the historical, cultural and religious identity.⁴⁵ Drawing

⁴² J. Krenz, *Idea ujęta w kamień*, <http://www.pg.gda.pl/~jkrenz/Az/Book3.html>, access: 23.07.2019

⁴³ A. Nowowiejski, *Wykład Liturgii...*, op. cit., p. 187.

⁴⁴ "It's better to make it too big than to make the future generations extend it." See A. Brykczyński, *Dom Boży to jest praktyczne wskazówki budowania, naprawiania i utrzymywania kościołów na wzór dzieła X. Montault*, Warszawa 1988, p. 10.

⁴⁵ Attempts to create a national style in architecture in countries like Hungary, Norway, Finland, Romania, Poland appeared part of a wave of so called "national romanticism" in the 1880s. At the beginning they drew on the high art. In Czechia, Antonin Wiehl referred to renaissance. In Romania, the so-called neo-Romanian style was created, based on the Romanian architecture of 17th and 18th centuries when it was in its heyday. In Hungary, Ödön Lechner contributed to the creation of so-called Hungarian style: he designed buildings combining baroque and oriental motifs (the latter ones were to refer to the eastern origins of Hungarians). In Scandinavia, architects used the Nordic traditions, especially the ones originating from the Norman times. In Norway the Dragestil architecture drew on the tradition of the Romanesque

on the known styles of architecture people tried to define the style which would best fit the character of national architecture. It was about indicating specific forms for a given country or community and they were to be a carrier of meanings – of national, patriotic, or religious character – for the creator of a piece and for the receiver, of which they were to be aware.⁴⁶ In some countries, the national style construed that way was a tool of national and religious domination (e.g. the transformed Byzantine architecture in the Russian empire)⁴⁷, whereas in others it was a way of defying foreign dominance and marking their own individuality (e.g. Dziekoński's neo-Gothic in Poland).⁴⁸ On the Polish territories ruled by Tsarist Russia it was about looking for separateness in the field of culture, defying the imposed Byzantine-Russian style. Following the fall of the January Uprising there came a wave of the most ruthless persecution in response to any signs of Polishness or Catholicism. Any signs of autonomy were abolished in order to conduct not only unification with the Russian empire but a large-scale Russification and nationality-related brain-wash. The Polonized people of Podlasie were forcibly included into the Orthodox Church (the martyrdom of the Uniates of Podlasie).⁴⁹ Part of the persecution aimed at the Catholic Church was effective intimidation

stave churches (*stavkirke*); similar projects are to be found in Finland and Sweden. In Scandinavia, it was, among others, Martin Nyrop who designed buildings based on the national style of wooden and masonry architecture.

⁴⁶ The plan to create the national style was pursued in almost entire Europe (especially in Germany, Central and Eastern Europe: Czechia, Hungary, Romania, Scandinavia, Russia, Poland) and beyond (e.g. in the USA, Japan or Turkey).

⁴⁷ In Russia, the pursuit of the national style marked in the first half of the 19th century. The style drew on the traditional forms of the Orthodox-Byzantine and local architecture. In the 1820s, Wasiliy Stasov designed two Orthodox churches (in Kiev, 1826–1830 and Potsdam, 1827–1832). The style was chiefly popularized by Konstantin Thon who designed the Spasky Sobor (1839–1843) and the Kremlin palace in Moscow (1839–49). From the 1850s on, the Byzantine style was considered the Russian national style. On the territories of conquered countries, it came to be a symbol of Tsar's absolute rule, Russification and the domination of the Eastern Orthodox Church. That style was especially badly received on the Polish territories: it became *par excellence* a symbol of occupation and Russification.

⁴⁸ The need to pursue the national style appeared in Europe or in small countries at the time of changes that were pivotal to their independence (e.g. Catalonia, Ireland) or in the countries which aspired to play a greater role than they actually did (e.g. Germany, Russia).

⁴⁹ J. Pruszkowski, *Martyrologium, czyli męczeństwo unii na Podlasiu*, part 1–2, Lublin 1905–1917; *Zanim wróciła Polska. Martyrologium ludności unickiej na Podlasiu w latach 1866–1905 w świetle wspomnień*, Vol. 5, prepared by T. Krawczak, Warszawa 1994, pp. 21–160.

activities against the clergy (among other things six out of seven diocese bishops were ousted from their offices). Defiant bishops and priests were deported to the remote territories of Russia; this was the lot of, among others, Konstanty Ireneusz Łubieński, the bishop of Sejny.⁵⁰ Although he supported a conciliatory approach to the relationship with Russia (among other things, he condemned the January Uprising).⁵¹ There was hope only for those priests who were totally submissive to the Russian authorities. With the Catholic hierarchy brutally muted, it was designing and delivering the sacred architecture that took over the role of the "advocate" of the Church and the People. Neo-Gothic churches represented sharp

With the Catholic hierarchy brutally muted, it was designing and delivering the sacred architecture that took over the role of the "advocate" of the Church and the People. Neo-Gothic churches represented sharp contrast to the Byzantine-Russian style imposed by the Tsarist authorities, and became a tool to shape the religious and national identity based on its affiliation to Western Latin civilization.

contrast to the Byzantine-Russian style imposed by the Tsarist authorities, and became a tool to shape the religious and national identity based on its affiliation to Western Latin civilization.

⁵⁰ Bp Konstanty Łubieński, in: *Słownik biograficzny*, Warszawa 2000, kol. 266–267.

⁵¹ M. Banaszak, *Historia Kościoła katolickiego*, Vol. III, part II *Czasy nowożytne 1758–1914*, Warszawa 1991, p. 306. The competences of this college to some extent overlapped with the Eastern Orthodox Holy Managing Synod (*Świątobliwy Synod Rzządzący*) chaired by *oberprokurator*, who was a layman.

CONCLUSION

The course of history, although relentlessly pressing ahead, surprisingly keeps repeating itself in various cultural phenomena. On the Polish territory, there ran a division line (which at the same time was a bridge) between the culture of the West (Latin, European) and East (Byzantine-Russian, Russian, Asian). Those division lines affected the national and religious identities. It resulted in a system of symbols relevant for the cultural identity and sense of belonging, and one of its manifestations – the topos of the Gothic cathedral as a distinctive feature of being part of the Latin, West-European civilization. How persistent this topos has been is to be seen in the words of Fr. Janusz St. Pasierb, a distinguished art historian and a poet. What Józef Pius Dziekoński experienced and communicated through the neo-Gothic architecture at the time of the partition of Poland, at the time of the Communist Poland was felt by Fr. Pasierb: *How to explain the fact that following the hardship of the Second World War, we wanted to create our new past, reconstructing the cathedrals in Warsaw, Gniezno or Poznań in the Gothic style, if not by the desire to highlight our own European identity? (...) Europe has always been a construct, a work of culture. Looking at the map, you can see only Eurasia. Europe is not distinctly separated from Asia. To the East, its borders are drawn by culture.*⁵²

As a result of the described circumstances of political and historical nature, at the turn of the century the landscape of the Łomża diocese in Mazovia and Podlasie started to fill up with churches being a kind of Gothic “countryside cathedrals”, as they were referred to by Andrzej Majdanowski, Dziekoński’s monographer.⁵³ On the territory of the Łomża diocese (within its today’s borders) as many as eight Dziekoński’s churches were built in the brick Gothic style, common in the medieval Poland.⁵⁴ One could assert then that the popularity of the neo-Gothic architecture in the Łomża region at the turn of the century was not accidental,

⁵² J. St. Pasierb, *Katedra symbol Europy*, Pelplin 2004, pp. 28–31.

⁵³ A. Majdowski, *Nurt narodowy w architekturze sakralnej Królestwa Polskiego od drugiej połowy XIX wieku*, in: *Studia z historii architektury sakralnej w Królestwie Polskim*, Warszawa 1993, p. 127.

⁵⁴ The first fully brick buildings were built in Silesia (Wrocław castle and Cistercian monastery in Lubiąż) and in Pomerania (the Cistercian abbey in Oliwa) built in late 12th century. In Mazovia, Gothic appeared with the growing influence of commercial and cultural relationships with the State of the Teutonic Order. See E. Małachowicz, *Wrocławski zamek książęcy i kolegiata św. Krzyża na Ostrowie*, Wrocław 1993, pp. 31–36; L. Wetesko, *Romańska i wczesnogotycka*

but it was a product of the historical circumstances and the social and religious situation. To analyze that situation, it seems useful to use the communication perspective. Dziekoński's extensive references to the ancient Gothic architecture had some communicative motivations – there were religious and patriotic ideas which were a symbol of the defiant attitude of the Polish public towards the religious and political discrimination and persecution and mass Russification campaign that came in the wake of the January Uprising.⁵⁵ Dziekoński believed that in then contemporary historical circumstances the medieval Gothic style was the most appropriate and the most logical choice.⁵⁶ His architecture was a form of communication: it became one of few "books", which remained outside the reach of the Russian censure apparatus.⁵⁷ Thus, Dziekoński's architecture expressed that it belonged to the Polish culture in the Latin civilization, and as such it was a manifest of resistance towards the foreign culture forcibly imposed by the foreign power.⁵⁸

BIBLIOGRAPHY

- Bałus W., *Gotyk bez Boga? W kręgu znaczeń symbolicznych architektury sakralnej XIX wieku*, Toruń 2011.
- Banaszak M., *Historia Kościoła katolickiego*, Vol. III, part II *Czasy nowożytnie 1758–1914*, Warszawa 1991.
- Bania Z., at al., *Zabytki architektury w Polsce*, in: *Zarys problematyki ochrony zabytków*, Warszawa 1996.
- Berelson B., Steiner G.A., *Human Behavior*, New York 1964.

architektura kościoła pocysterskiego w Oliwie (XII- XIII w.), in: *Nasza Przeszłość: Studia z dziejów Kościoła i kultury katolickiej w Polsce*, Kraków 1994, Issue 83, pp. 438–439.

⁵⁵ For example, the neo-Gothic parish church in Białystok (nowadays archcathedral) was considered a "masonry commentary" to the history of persecuting Polishness and Catholicism by the Russian authorities. Similarly, in the lands annexed by Prussia, neo-Baroque was a response to the spread of the neo-Gothic style. Cf. Z. Bania, *Zabytki architektury w Polsce*, in: *Zarys problematyki ochrony zabytków*, Warszawa 1996, p. 81.

⁵⁶ J. Dziekoński, *Budowanie kościołów z cegły palonej*, „Przegląd Katolicki” 1894, p. 615. See J. Żywicki, *Nurt neogotycki w architekturze sakralnej międzyrzecza Wisły i Bugu*, in: *Nasza Przeszłość: Studia z dziejów Kościoła i kultury katolickiej w Polsce*, Kraków 1996, Vol. 85, p. 301, footnote 86.

⁵⁷ Cf. A. Nieniewski, *Architekt Józef Dziekoński*, „Przegląd Techniczny” R. 1908, No. 1, p. 13. See A. Majdowski, *Nurt narodowy...*, op. cit., p. 37.

⁵⁸ See A. Majdowski, *Nurt narodowy...*, op. cit., p. 134, footnote 115, p. 136.

- Brykczyński A., *Dom Boży to jest praktyczne wskazówki budowania, naprawiania i utrzymania kościołów na wzór dzieła X. Montault*, Warszawa 1988.
- Dziekoński J., *Budowanie kościołów z cegły palonej*, „Przegląd Katolicki” 1894.
- Dziekoński J., *Kościół parafialny ś-go Floryana na Pradze pod Warszawą*, „Architekt”, No. 1 (1900).
- Dziekoński J., *Kościół NP. Maryi w Krakowie*, „Przegląd Techniczny” 15 (1889).
- Dziekoński J., *Księgi o architekturze d-ra Zubrzyckiego*, „Przegląd Techniczny” 41 (1915).
- Frankfort-Nachmias C., Nachmias D., *Metody badawcze w naukach społecznych*, Poznań 2001.
- Jemielity W., *Schematyzm diecezji łomżyńskiej*, Łomża 1975.
- Katalog Zabytków Sztuki w Polsce. Województwo podlaskie (białostockie). Powiat białostocki*, eds. M. Zgliński i K. Kolendo-Korczak, Warszawa 2016.
- Kleczkowski K., *Analiza kształtów architektury*, Warszawa 1885.
- Krakowski P., *Fasada dziewiętnastowieczna. Ze studiów nad architekturą XIX wieku*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego. Prace z Historii Sztuki”, Issue 16, 1981.
- Krenz J., *Architektura znaczeń*, Gdańsk 1997.
- Krenz J., *Idea ujęta w kamień*, <http://www.pg.gda.pl/~jkrenz/Az/Book3.html>.
- Lurker M., *Przesłanie symboli w mitach, kulturach i religiach*, Kraków 1994.
- Majdowski A., *Dokumentacja prac konserwatorskich Józefa Piusa Dziekońskiego (1844–1927) w zakresie architektury sakralnej: w 150-lecie urodzin architekta*, „Ochrona Zabytków” No. 47/2 (185) 1994.
- Majdowski A., *Nurt narodowy w architekturze sakralnej Królestwa Polskiego od drugiej połowy XIX wieku*, in: *Studia z historii architektury sakralnej w Królestwie Polskim*, Warszawa 1993.
- Majdowski A., *O „archeologii sztuki i krytycyzmie naukowym” w polskiej architekturze sakralnej drugiej połowy XIX wieku*, in: *Nasza Przeszłość: Studia z dziejów Kościoła i kultury katolickiej w Polsce*, Kraków 1991, Vol. 76.
- Majdowski A., *O poglądach na styl wiślano-bałtycki w polskiej architekturze sakralnej XIX wieku*, w: *Nasza Przeszłość: Studia z dziejów Kościoła i kultury katolickiej w Polsce*, Kraków 1992, Vol. 78; Also accessible therein online: kpsc.umk.pl.
- Majdowski A., *Rzymskokatolickie budownictwo kultowe w twórczości projektowej Józefa P. Dziekońskiego (1844–1927)*, Kraków 1990.
- Majdowski A., *Stan badań nad twórczością Józefa Dziekońskiego w zakresie architektury sakralnej: w 150 lecie urodzin architekta*, „Ochrona Zabytków” 47/3–4 (1994).
- Małachowicz E., *Wrocławski zamek książęcy i kolegiata św. Krzyża na Ostrowie*, Wrocław 1993.
- Martynowski F. K., *Zapoznane drogi w sztuce polskiej*, „Przegląd Bibliograficzno-Archeologiczny” 1881.
- Matuszewski K., *O architekturze u obcych i u nas. Uwagi ze stanowiska estetycznego*, „Biblioteka Warszawska”, Vol. 3, 1881.
- Medievalman0, *Architektura gotycka a scholastyka*, <https://medievalman0.wordpress.com/2009/10/16/architektura-gotycka-a-scholastyka/>.

- Nieniewski A., *Architekt Józef Dziekoński*, „Przegląd Techniczny”, No. 1 (1908).
- Nowowieyski A., *Wykład Liturgii Kościoła Katolickiego*, Vol. 1, *Wiadomości wstępne*, part I, *O środkach rozwinięcia kultu*, Warszawa 1893.
- Pasierb J. St., *Katedra symbol Europy*, Pelplin 2004.
- Pisarek W., *Wstęp do nauki o komunikowaniu*, Warszawa 2008.
- Pruszkowski J., *Martyrologium, czyli męczeństwo unii na Podlasiu*, part 1–2, Lublin 1905–1917.
- Sas Zubrzycki J., *Styl nadwiślański*, Kraków 1910.
- Sas Zubrzycki J., *Styl polski styl narodowy*, Lwów 1922.
- Starzyński J., *Gotyk polski*, in: *Świat i życie: Zarys encyklopedyczny współczesnej wiedzy i kultury*, Vol. II, ed. Z. Łempicki, Lwów-Warszawa (brw).
- Stefański K., *Nowa forma w polskiej architekturze sakralnej początku XX wieku: Wojciechowski- Sosnowski-Wiwulski*, „Saeculum Christianum: pismo historyczno-społeczne” 2003, No. 10/2.
- Świt-Jankowska B., *Znaczenie w architekturze detalu*, „Czasopismo Techniczne. Architektura” 109 (2012), Issue 5-A/2; Also accessible online: <https://suw.biblos.pk.edu.pl/downloadResource&mId=1088182>.
- Wetesko L., *Romańska i wczesnogotycka architektura kościoła pocysterskiego w Oliwie (XII- XIII w.)*, „Nasza Przeszłość”, Issue 83, 1994.
- Wilczewski W.F., *Zwiastun powszechnej radości. Ruch budowy kościołów w diecezji wileńskiej w latach 1890-1914*, Białystok 1995.
- Zanim wróciła Polska. *Martyrologium ludności unickiej na Podlasiu w latach 1866–1905 w świetle wspomnień*, Vol. 5, prepared by T. Krawczak, Warszawa 1994.
- Żywicki J., *Architektura neogotycka na Lubelszczyźnie*, Lublin 1998.

Biogram

Norbert Mojżyn, an art historian and a theologian of culture; professionally involved in studying the visual communication and the theological implications of art; since 2008 Norbert Mojżyn has worked at the Cardinal Stefan Wyszyński University in Warsaw, Poland.

KOMUNIKACJA I RELIGIA

KULTURA – MEDIA – TEOLOGIA 38/2019

Marcin Wrzos

Apostolische Auslandsreisen von Papst Franziskus, darunter Missionsreisen, in den wichtigsten nationalen Internetportalen (Jahr 2016)

Apostolic journeys of Pope Francis, including missionary ones, in the most important national websites (2016)

ZUSAMMENFASSUNG:

Die Kirche bediente sich in ihrer Tätigkeit und bedient sich weiterhin der Medien. Am Anfang der Zeitschriften, des Radios, des Fernsehens, und schließlich auch des Internets und neuer Medien. Dieses letzte Medium verdrängt recht effektiv die früher genutzten Medien und wird ein Ort für Kommunizieren von Gedanken. In

den vorgenommenen Forschungen wurden die wichtigsten meinungsbildenden Portale in Polen (www.onet.pl, www.wp.pl, www.interia.pl, www.gazeta.pl, www.o2.pl i www.fakt.pl)

auf Veröffentlichung von Texten betreffend sechs apostolische Auslandsreisen, darunter

Missionsreisen, von Papst Franziskus im Jahre 2016 analysiert. Es wurden die Anzahl, die Qualität, die Art und die Zeit der Veröffentlichungen untersucht sowie pastorale Schlussfolgerungen bezüglich der Anwesenheit der Mission, der päpstlichen Pilgerfahrten sowie der ekklesischen Tätigkeit in Internet- und Laienportalen gezogen. Auf dieser Grundlage wurden folgende Forschungshypothesen beantwortet.

Es scheint, die erste: „Die Medien in Polen informieren sachgemäß über die Auslandspilgerreisen von Papst Franziskus (quantitativ und qualitativ)“ sei unbestätigt. Die zweite: „Die Vorbereitung der Geistlichen zur Benutzung neuer Medien

und zur Benachrichtigung über die mit der Kirche verbundenen Fragen ist sachgemäß“ sei unbestätigt; und die dritte: „Die Anzahl der Informationen und die Benachrichtigungsart über die Auslandspilgerreisen ist ungenügend“ sei bestätigt.

SCHLÜSSELWÖRTER:

apostolische Reisen, Papst Franziskus, neue Medien, Internet, meinungsbildende Portale, Missionen, Kirche

SUMMARY

In its activity, the Catholic Church has used and uses the media. At the beginning, magazines, radio, television, and finally the Internet as well as so-called new media were taken into consideration. This latter one quite effectively displaces the previously used ones and becomes a place of communication. In the research undertaken, the most important Polish opinion leading websites were analyzed (www.onet.pl, www.wp.pl, www.interia.pl, www.gazeta.pl, www.o2.pl and www.fakt.pl) in terms of publishing texts concerning six foreign apostolic journeys of Pope Francis, including missionary ones in 2016. The number, quality, type and time of publication were examined, as well as

pastoral conclusions regarding the presence of papal missions and ecclesiastical activities in secular websites. On this basis, answer the following hypotheses, the first one: "Media in Poland informs about pilgrimages Pope Francis (quantitative and qualitative)" – is unconfirmed. The second one: "Spiritual preparation for using new media and inform about issues related to the Church is appropriate" – is unconfirmed; third: "The number of information and the way of informing about pilgrimages is insufficient" – confirmed.

KEYWORDS:

apostolic journeys, pope Francis, new media, Internet, opinion leaders websites, mission, Catholic Church

ZAGRANICZNE PODRÓŻE APOSTOLSKIE PAPIEŻA FRANCISZKA, W TYM MISYJNE, W NAJWAŻNIEJSZYCH KRAJOWYCH PORTALACH INTERNETOWYCH (ROK 2016)

STRESZCZENIE

Kościół w swojej działalności posługiwał się i posługuje mediami. Na początku czasopismami, radiem, telewizją, aż w końcu Internetem i nowymi mediami. To ostatnie medium dość skutecznie wypiera wcześniej używane i staje się miejscem komunikowania myśli. W podjętych badaniach poddano analizie najważniejsze portale opiniotwórcze w Polsce (www.onet.pl, www.wp.pl, www.interia.pl, www.gazeta.pl, www.o2.pl i www.fakt.pl) pod względem publikowania tekstów dotyczących sześciu zagranicznych podróży apostolskich papieża Franciszka, w tym misyjnych, w roku 2016. Zbadano liczbę, jakość, rodzaj i czas publikacji, a także wysnuto wnioski pastoralne dotyczące obecności misji, pielgrzymek papieskich oraz działalności eklezjalnej w laickich portalach internetowych. Na tej podstawie odpowiedziano na następujące hipotezy badawcze, wydaje się, że pierwsza: „Media w Polsce właściwie informują o pielgrzymkach zagranicznych papieża Franciszka (ilościowo i jakościowo)” – jest niepotwierdzona. Druga: „Przygotowanie duchownych do posługiwania się nowymi mediami i informowania o zagadnieniach związanych z Kościołem jest odpowiednia” – jest niepotwierdzona; a trzecia: „Liczba informacji i sposób informowania o zagranicznych pielgrzymkach jest niewystarczająca” – potwierdzona.

SŁOWA KLUCZOWE:

podróże apostolskie, papież Franciszek, nowe media, Internet, portale opiniotwórcze, misje, Kościół

Seit Anfang der Existenz der sozialen Kommunikationsmittel weckte das Papstamt das Interesse in Polen. Die Menschen interessierten sich für Neuheiten aus der Lehre der Päpste oder für Details aus dem Alltag des Apostolischen Stuhls. Zweifelsohne fiel die Gipfelzeit dieses Interesses für den Pontifikat von Johannes Paul II an.

Jorge Mario Bergoglio SJ (geb. am 17. Dezember 1936 in Buenos Aires) – argentinischer römisch-katholischer Geistliche wurde am 13. März 2013 zum 266. Papst. Seit Anfang an weckte sein Pontifikat Interesse der weltweiten und der polnischen sozialen Kommunikationsmittel. Insbesondere gilt es für die Frage der Flüchtlinge oder der Lehre betreffend die Ehe und die Lebensübertragung.

Das Internet, darunter seine Vermittlung nutzende neue Medien¹, verdrängt langsam die Papierversionen der Zeitschriften, das Radio und das Fernsehen, daher wurde es ein Ort, wo Veröffentlichungen über den Papst platziert werden. Gerade in diesem Gebiet erfolgt derzeit, wie es scheint, der größte Fluss von Informationen, Ideen und Gedanken. Die beliebtesten publizistischen und Informationsdienste in Polen sind: www.onet.pl, www.wp.pl, www.interia.pl, www.gazeta.pl, www.o2.pl i www.fakt.pl. Es ist erwähnenswert, dass das Portal www.onet.pl die größte Lesergruppe hat, das ein Niveau von 15,8 Mio. Nutzer monatlich erreicht, was rund 60% der Internetnutzer in Polen entspricht, und das Portal www.fakt.pl die kleinste (entsprechend 4,4 Mio., d. h. 20% der Nutzer)². Diese Portale haben somit eine riesige meinungsbildende Rolle, die die Haltung seiner Nutzer bildet, umso mehr, dass der Anteil der christlichen und katholischen Portale am Markt gering ist³.

¹ Für die Forschungen nehmen wir eine der verfügbaren Definitionen neuer Medien annehmen, wo neue Medien sind „Techniken, Technologien sowie Institutionen, die zur Kommunikation dienen, und die digitale Verfahren zur Erfassung, Aufzeichnung und Speicherung von Daten, zur Erstellung und Übertragung von Übermittlungen nutzen sind. Neue Medien zeichnen sich durch Hypertextstruktur der Übermittlung und des Empfangs, Programmierungsmöglichkeit (Asynchronie des Sendens und des Empfangs), Interaktivität, Kumulativität, globale Reichweite und gleichzeitig Individualisierung des Zugangs aus“ – E. Chudziński (Red.), *Słownik wiedzy o mediach*, Warszawa – Bielsko-Biała 2007, S. 45.

² Siehe: Laut der Forschungen gehören zu den meinungsbildenden Portalen, die das Lesen auf dem Niveau von ca. 6 Mio. Nutzer in Polen erreichen: www.onet.pl (18,2 Mio. Nutzer, 60% Bereich im Internet), www.wp.pl (15,8 Mio., 47,7%), www.interia.pl (13,9 Mio., 34,4%), www.gazeta.pl (10,5 Mio., 26,8%), www.o2.pl (6,91 Mio., 24,7%) und www.fakt.pl (6,79 Mio., 24,25%). Quelle: Megapanel PBI/Gemius, Januar 2018, Anzahl der Versuchspersonen: N=145 982, mit der Forschung umfasste Gruppe: 7–75 Jahre.

³ Siehe: Laut dieser Forschungen waren die am häufigsten besuchten christlichen Webseiten: www.deon.pl (1,1 Mio. Nutzer, 3,95%), www.opoka.org.pl (0,65 Mio., 2,33%), www.wiara.pl (0,64 Mio., 2,31%), www.niedziela.pl (0,51 Mio., 1,80%), www.gloria.tv (0,50 Mio., 1,76%). Quelle: Megapanel PBI/Gemius, Januar 2018, Anzahl der Versuchspersonen: N=145 982, mit der Forschung umfasste Gruppe: 7–75 Jahre.

Die Kirche bemerkt die Notwendigkeit der Präsenz auf diesem Gebiet und ihre Lehre ist insbesondere in den Botschaften für den Tag der sozialen Kommunikationsmittel mit dem Erscheinen neuer Kanäle für Gedankenübermittlung verbunden. Neue Informationstechniken sind vielschichtig. Sie bilden nicht nur neue Werkzeuge für die Kirche, die zur Erfüllung ihrer Evangelisierungsmission dienen. Es ist auch der Raum, in dem die Kirche anwesend sein soll und den sie mit den Evangeliumswerten erfüllen soll. Theologen der sozialen Kommunikationsmittel weisen darauf hin, dass obwohl bis vor Kurzem „die Kirche Missionen führte und das Korn des Evangeliums vom Kontinent zum Kontinent übertrug, betritt sie um die Wende des 20. und 21. Jahrhunderts nach Geburt Christi einen ganz „neuen Boden“⁴. Der erste Papst, der die besondere Bedeutung des Internets bemerkte, war Johannes Paul II. In der Botschaft zum Welttag der Massenmedien sprach er über eine „Ära der Computer“ und die Verwendung von „computerisierten Beteiligungssystemen“, d. h. Internet, für die Umsetzung der Kirchenmission⁵. Papst Benedikt XVI. nennt das Internet ein „digitales Kontinent, das zu evangelisieren ist, das jedoch auch evangelisiert“⁶, und Papst Franziskus stellt die Internetmedien als praktische Werkzeuge dar, die an der Kommunikation der Barmherzigkeit teilnehmen können⁷ und weist auch auf das Problem der Fake News hin⁸. Sofern die christlichen Internetportale umfangreich über die ekklesische Tätigkeit informieren und sie analysieren, wurden jedoch noch keine breiteren Forschungen ihrer Anwesenheit im Laienbereich des Internets vorgenommen.

Diese Forschung betrifft einen kleinen Abschnitt dieser Präsenz in den am meisten besuchten meinungsbildenden Portalen im Inland, was Gegenstand einer ausgefeilten Schlussfolgerung sein sollte. Es betrifft Papst Franziskus und seine

⁴ J. Kloch, *Kościół w Polsce wobec Web 2.0*, Kielce 2013, S. 21.

⁵ Siehe Johannes Paul II., *Orędzie na 24. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu, Misja Kościoła w erze komputerów*. 24. Januar 1990.

⁶ Siehe Benedikt XVI., *Orędzie na 43. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. Nowe technologie, nowe relacje. Trzeba rozpowszechniać kulturę szacunku, dialogu i przyjaźni*, 24. Januar 2009.

⁷ Siehe Franziskus I., *Orędzie na 50. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu Komunikacja i Miłosierdzie – owocne spotkanie*, 24. Januar 2016.

⁸ Siehe Franziskus I., *Orędzie na 52. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu «Prawda was wyzwoli» (J 8, 32). Fake news a dziennikarstwo pokoju* 24. Januar 2018.

apostolischen Reisen im Jahre 2016. Die vorigen Jahre des Pontifikats wurden in den früheren Forschungen analysiert⁹. Der Forschungsprozess besteht aus zwei Stufen: Die erste ist die Bearbeitung der im Internet veröffentlichten Artikeln mit der Methode einer quantitativ-qualitativen Analyse des Inhalts. Dann nehmen wir eine theologisch-missionswissenschaftliche Analyse der erhaltenen Daten vor und ziehen pastorale Schlussfolgerungen. Die Forschungsarbeiten teilen wir somit auf Folgendes:

1. Inhaltsanalyse der Artikeln über die Missionsreisen von Papst Franziskus (2016) in den wichtigsten Portalen mit der quantitativ-qualitativen Methode. Die gesammelten Artikeln betreffen die folgenden Pilgerreisen:

- a. 12.–17. Februar 2016 – Kuba, Mexiko;
- b. 16. April 2016 – Griechenland;
- c. 24.–26. Juni 2016 – Armenien;
- d. 27.–31. Juli 2016 – Polen;
- e. 30. September – 2. Oktober 2016 – Georgien, Aserbaidzhan;
- f. 31. Oktober – 1. November 2016 – Schweden;

2. theologische Analyse der veröffentlichten Inhalte;

3. pastorale Schlussfolgerungen und Antwort auf die Forschungshypothesen: a.) Die Medien in Polen informieren sachgemäß über die Auslandspilgerreisen von Papst Franziskus (quantitativ und qualitativ); b.) Die Vorbereitung der Geistlichen zur Benutzung neuer Medien und zur Benachrichtigung über die mit der Kirche verbundenen Fragen ist sachgemäß; c.) Die Anzahl der Informationen und die Benachrichtigungsart über die Auslandspilgerreisen ist ungenügend.

⁹ Siehe M. Wrzos, *Zagraniczne podróże apostolskie, w tym misyjne, papieża Franciszka w najważniejszych krajowych portalach internetowych*, cz. I (lata 2013–2014), in: „Kultura-Media-Teologia”, 1 (28) 2017, S. 111–141; Derselbe, *Zagraniczne podróże apostolskie, w tym misyjne, papieża Franciszka w najważniejszych krajowych portalach internetowych*, cz. II (rok 2015); in: „Kultura-Media-Teologia”, 4 (31) 2017, S. 140–179.

1. INHALTSANALYSE DER IN DEN WICHTIGSTEN PORTALEN VERÖFFENTLICHTEN ARTIKELN ÜBER DIE MISSIONSREISEN VON PAPST FRANZISKUS (2016) MIT DER QUANTITATIV-QUALITATIVEN METHODE

Methodologie der ersten Stufe der Forschungen	
• Analysierte Zeit:	a. 12. November 2015 – 17. Mai 2016; b. 16. Januar 2015 – 16. Juli 2016; c. 24. März 2016 – 26. September 2016; d. 27. April 2016 – 31. Oktober 2016; e. 30. Juni 2016 r. – 2 Januar 2017; f. 31. Juli 2016. – 1. Februar 2017. Drei Monate vor und drei Monate nach den päpstlichen Pilgerreisen;
• Analysierte Dienste:	www.onet.pl; www.wp.pl; www.interia.pl; www.gazeta.pl; www.o2.pl und www.fakt.pl (meinungsbildende Portale mit dem Niveau von mind. rund 6 Mio. Nutzern in Polen)
• Inhaltsquellen:	Newspoint ¹⁰
• Tiefe der Analyse:	verbunden (automatisch und manuell) – in den erhaltenen Ergebnissen der automatischen Suche nach den programmierten Algorithmen erfolgt Selektion der Wahlrichtigkeit durch den Forscher.
• Sprache der Quellen:	Polnisch
• Sprache der Suche:	Polnisch
• Filtern von Spam/ Boot-Dateien:	verbunden (automatisch und manuell) – in den erhaltenen Ergebnissen der automatischen Suche nach den programmierten Algorithmen erfolgt Selektion der Wahlrichtigkeit durch den Forscher.
• Schlüsselfragen/-wörter:	a. Satz 1 [„Papst“ oder „Papst Franziskus“ oder „päpstliche Pilgerreise“ oder „Besuch des Papstes“ oder „päpstlicher Besuch“ oder „apostolischer Besuch“] und Satz 2 [„Havanna“ oder „Mexico City“ oder „Guadalupe“ oder „Ecatepec“ oder „Tuxtla Gutiérrez“ oder „Tuxtla Gutierrez“ oder „San Cristóbal de las Casas“ oder „San Cristobal de las Casas“ oder „San Cristóbal“ oder „San Cristobal“ oder „Ciudad Juárez“ oder „Ciudad Juarez“ oder „Kuba“ oder „Mexiko“].

¹⁰ Newspoint ist ein das Internet überwachender Dienst, am meisten kommerziell, für Werbeaufraggeber sowie Träger, die ein Gewerbe im Internet betreiben. Es ist ein EDV-System zur Überwachung des Internets, der sozialen und traditionellen Medien. Es führte Analysen mit quantitativ-qualitativen Methoden, u. a. Inhaltsanalyse, CAWI, FGI, IDI durch. Es überwacht Internetdienste, Internetportale, Blogs, Foren, soziale Dienste (z. B. Facebook), Mikroblogs (z. B. Twitter) und andere Dienste. Es wird zu Internetforschungen und zu Forschungen über Internetnutzer verwendet. Newspoint gehört zur Internationalen Vereinigung für Messung und Auswertung der Kommunikation (Association for Measurement and Evaluation of Communication, AMEC), die die Qualität der durchgeführten Analysen zertifiziert.

	<p>b. [„Papst“ oder „Papst Franziskus“ oder „päpstliche Pilgerreise“ oder „Besuch des Papstes“ oder „päpstlicher Besuch“ oder „apostolischer Besuch“] und Satz 2 [„Lesbos“ oder „Mitelina“ oder „Flüchtlinge“ oder „Migranten“ oder „Griechenland“].</p> <p>c. [„Papst“ oder „Papst Franziskus“ oder „päpstliche Pilgerreise“ oder „Besuch des Papstes“ oder „päpstlicher Besuch“ oder „apostolischer Besuch“] und Satz 2 [„Jerewan“ oder „Etschmiadsin“ oder „Giumri“ oder „Armenier“ oder „Armenien“].</p> <p>d. [„Papst“ oder „Papst Franziskus“ oder „päpstliche Pilgerreise“ oder „Besuch des Papstes“ oder „päpstlicher Besuch“ oder „apostolischer Besuch“] und Satz 2 [„Kraków“ oder „Częstochowa“ oder „WJT“ oder „Weltjugendtag“ oder „Jugend“ oder „Polen“ oder „Polen“].</p> <p>e. [„Papst“ oder „Papst Franziskus“ oder „päpstliche Pilgerreise“ oder „Besuch des Papstes“ oder „päpstlicher Besuch“ oder „apostolischer Besuch“] und Satz 2 [„Tiflis“ oder „Mzcheta“ oder „Baku“ oder „Frieden“ oder „Georgien“ oder „Georgier“ oder „Aserbaid-schan“ oder „Aseris“].</p> <p>f. [„Papst“ oder „Papst Franziskus“ oder „päpstliche Pilgerreise“ oder „Besuch des Papstes“ oder „päpstlicher Besuch“ oder „apostolischer Besuch“] und Satz 2 [„Malmö“ oder „Lund“ oder „Jahres-tag“ oder „Reformation“ oder „Luther“ oder „Schweden“ oder „Schweden“].</p>
• Analyseeinheit:	beliebiges Wort aus Satz 1 zzg. beliebiges Wort aus Satz 2, in beliebiger Sprachversion;
• Anzahl der analysierten Artikeln:	<p>a. 83;</p> <p>b. 32;</p> <p>c. 20;</p> <p>d. 1420;</p> <p>e. 15;</p> <p>f. 10; $\Sigma=1580$.</p>

1.1. 12.–17. Februar 2016 – Kuba, Mexiko

Die apostolische Reise von Papst Franziskus nach Kuba und Mexiko fand vom 12. bis zum 17. Februar 2016 statt. Der bereits zweite Besuch von Franziskus in Kuba war mit dem ersten in der Geschichte Gespräch des Oberhauptes der katholischen Kirche mit dem Oberhaupt russisch-orthodoxen Kirche, dem Patriarchen von Moskau und der ganzen Rus Kyrill I. (12. Februar 2016) verbunden. Der Besuch in Mexiko erfolgte unter dem Motto „Missionar der Barmherzigkeit und des Friedens“ (12.–17. Februar 2016). In Kuba besuchte der Papst eine Stadt: Havanna und in Mexiko: Mexico City, Guadalupe, Ecatepec, Tuxtla Gutiérrez, San Cristóbal de las Casas, Morelia und Ciudad Juárez.

In den analysierten Portalen wurden 83 Texte zu diesem Thema veröffentlicht. Der erste war die Nachricht vom 12. Dezember 2015 im Portal www.gazeta.pl. Es war eine Ankündigung des geplanten Besuchs von Papst Franziskus in Mexiko. Der Autor wies auf den geplanten Aufenthalt des Papstes im Heiligtum Unsere Liebe Frau von Guadalupe¹¹ hin. Die letzte Veröffentlichung erschien am 21. Februar 2016 im Portal www.wp.pl und es war eine Zusammenfassung der Pilgerreise. Es wurde aufs Gespräch mit dem Patriarchen von Moskau und der ganzen Rus Kyrill I. in Havanna hingewiesen. Der Papst appellierte um Aufhebung der Todesstrafe und auch des Missverhältnisses des Lebensstils zwischen den Reichen und den Armen¹². Die mit der Pilgerreise verbundenen Berichte wurden während ihrer Dauer veröffentlicht. Es waren am häufigsten Pressemitteilungen

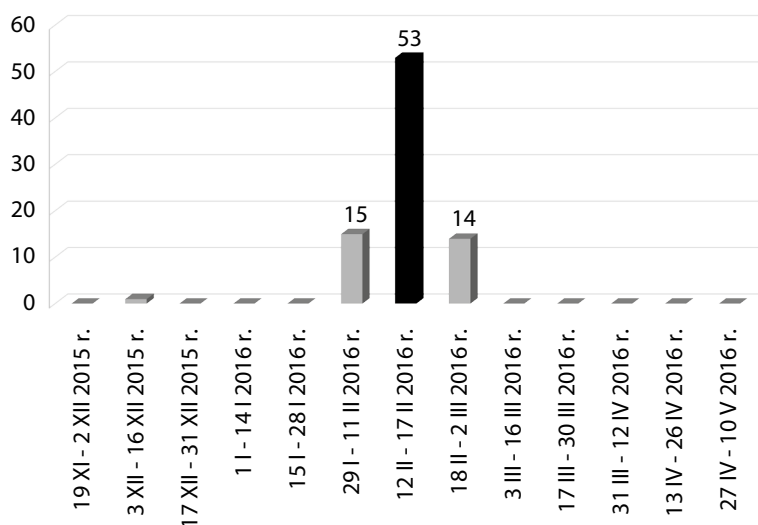


Diagramm Nr. 1. Anzahl der Publikationen zum Thema des Besuchs von Papst Franziskus in Kuba und in Mexiko in den polnischen Portalen nach dem Veröffentlichungstag, N=83

Quelle: Newspoint

¹¹ Siehe [ohne Autor], *Papież ogłosił, że w lutym 2016 roku odwiedzi Meksyk*, 12.12.2015, in: <http://wiadomosci.gazeta.pl/wiadomosci/1,114877,19336797,papiez-oglosil-ze-w-lutym-2016-roku-odwiedzi-meksyk.html>, [Zugriff 15.03.2018].

¹² Siehe [ohne Autor], *Papież wspomina spotkanie z Cyrylem i apeluje o zniesienie kary śmierci*, 12.02.2016, in: <http://wiadomosci.wp.pl/kat,1356,wid,18174771,martykul.html>, [Zugriff 15.03.2018].

(53). Es gab 16 veröffentlichte Nachrichten in der Zeit vor der päpstlichen apostolischen Reise und 14 danach. Die letzte davon wurde vier Tage nach ihrer Beendigung veröffentlicht.

Die meisten Nachrichten zum Thema der päpstlichen Pilgerreise nach Kuba und Mexiko veröffentlichte das Portal www.gazeta.pl (44), was ihm rund 53% des Anteils am Markt der Internetnachrichten zu diesem Thema ausmacht. Die weiteren Portale unter Berücksichtigung der Publikationsanzahl waren entsprechend: www.wp.pl (16), www.interia.pl (10) und www.onet.pl (8). Wenig Informationen zum analysierten Thema veröffentlichten www.fakt.pl (4) und www.o2.pl (1).

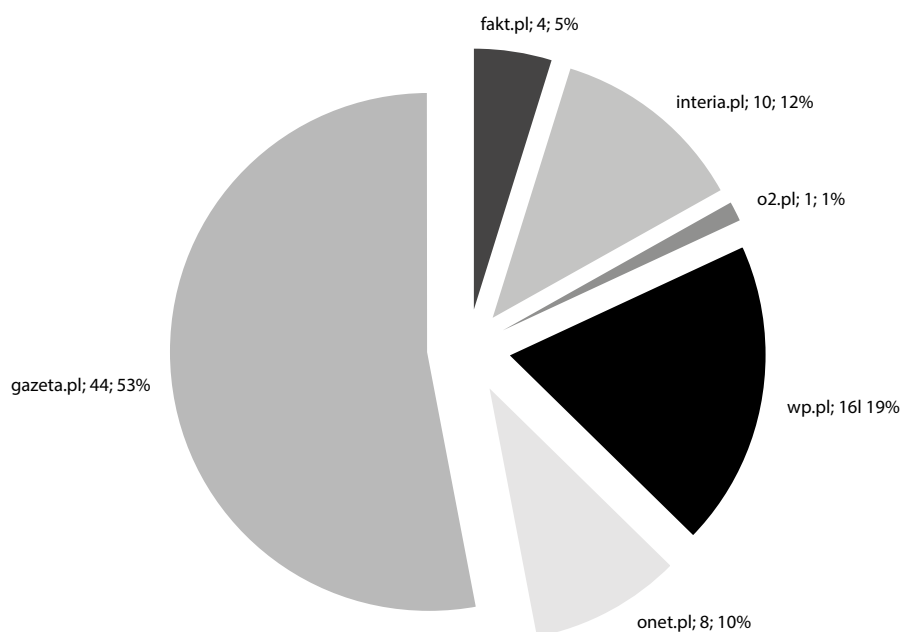


Diagramm Nr. 2. Anzahl der Publikationen zum Thema des Besuchs von Papst Franziskus in Kuba und in Mexiko in den polnischen Portalen nach dem Veröffentlichungsort, N=83
Quelle: Newspoint

Weitere Stufe der auszuführenden Forschungen war Ermittlung der Kommunikationsweise über diese apostolische Pilgerreise von Papst Franziskus. Aus den durchgeführten Forschungen geht es hervor, dass 8/9 der veröffentlichten Nachrichten positiv (34) bzw. neutral waren (47). Es gab 2 negative Kommentare.

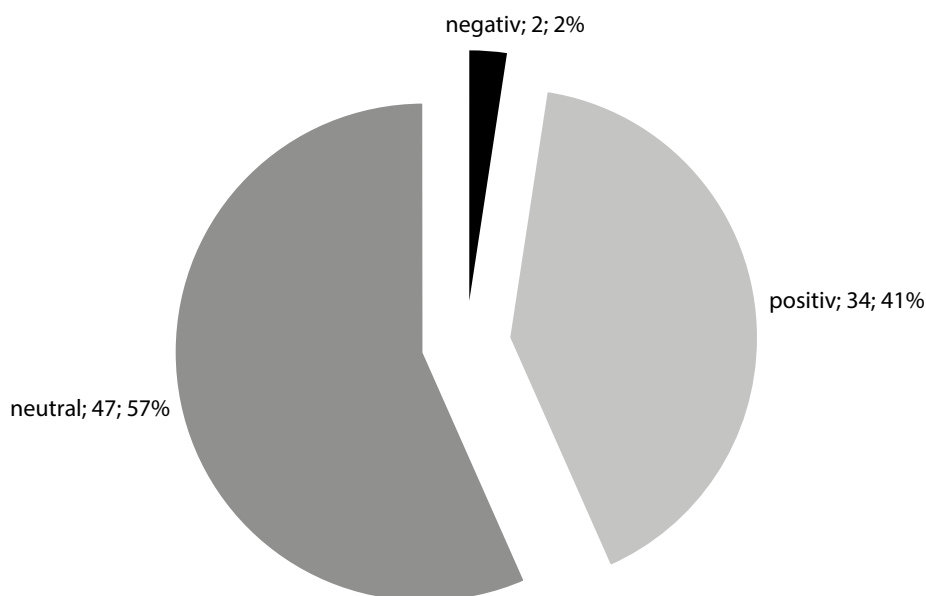


Diagramm Nr. 3. Anzahl der Publikationen zum Thema des Besuchs von Papst Franziskus in Kuba und in Mexiko in den polnischen Portalen nach der Veröffentlichungsart, N=83

Quelle: Newspoint

Der Anteil an negativen, positiven und neutralen Nachrichten war unter den analysierten Portalen vergleichbar. Negative Nachrichten bezüglich des Papstes und der Pilgerreise sind in den folgenden Portalen erschienen: www.wp.pl und www.gazeta.pl.

Die meisten geforschten Internetportale bedienen sich der Mitteilungen aus den Diensten PAP, KAI und RAI. Vor dem päpstlichen Besuch erschien eine Publikation mit negativer Aussage und sie betraf das Gespräch von Papst Franziskus mit Kyrill I. Es wurde die Äußerung des Vorstehers der griechisch-katholischen Kirche Erzbischof Światosław Szewczuk veröffentlicht. Eine andere kritische Aussage waren die Worte des Präsidentschaftskandidaten der Vereinigten Staaten von Amerika Donald Trump, der für eine Kriegsentscheidung des Konflikts mit ISIS sprach¹³. Materialien, die die Aussage und den Inhalt der päpstlichen Reden

¹³ Siehe [ohne Autor], *Ukraina. Abp Szewczuk: spotkanie Franciszka z Cyrylem nie przyniesie istotnych zmian*, 06.02.2016, in: <http://wiadomosci.gazeta.pl/wiadomosci/1,114877,19591496,ukraina-abp-szewczuk-spotkanie-franciszka-z-cyrylem-nie-przyniesie.html>,

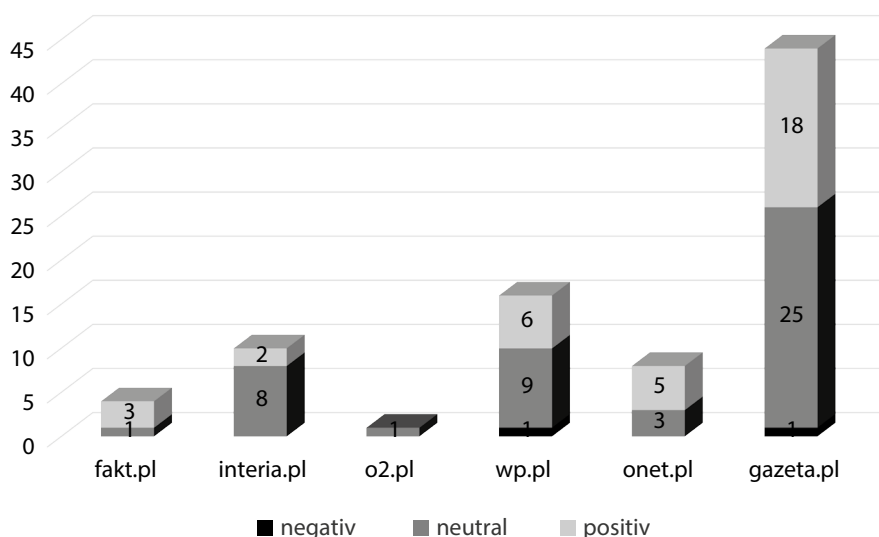


Diagramm Nr. 4. Anzahl der Publikationen zum Thema des Besuchs von Papst Franziskus in Kuba und in Mexiko in den polnischen Portalen nach der Veröffentlichungsort und -art, N=83

Quelle: Newspoint

vertieften, wurden nicht veröffentlicht. Am Tag des apostolischen Besuchs wurden lediglich Agenturnachrichten mit einzelnen publizistischen Kommentaren veröffentlicht, indem man sich auf soziale Fragen (Emigranten, Kampf gegen Kartelle, Missverhältnisse zwischen den Armen und den Reichen) sowie auf den ökumenischen Dialog konzentrierte¹⁴.

[Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *Donald Trump: papież zechce mnie jako prezydenta USA, gdy IS zaatakuje Watykan*, 18.02.2016, in: <http://wiadomosci.wp.pl/kat,1356,wid,18170791,artykul.html>, [Zugriff 15.03.2018].

¹⁴ Siehe [ohne Autor], *Historyczne spotkanie papieża z patriarchą moskiewskim*, 11.02.2016, in: <http://fakty.interia.pl/swiat/news-historyczne-spotkanie-papieza-z-patriarcha-moskiewskim,nId,2143675>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *Franciszek i Cyryl: niech Europa będzie wierna chrześcijańskim korzeniom*, 12.02.2016, in: <http://wiadomosci.gazeta.pl/wiadomosci/1,114871,19621038,franciszek-i-cyryl-niech-europa-bedzie-wierna-chrzescijanskim.html>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *Papież w Meksyku. Mówił o korupcji, przemocy, handlu narkotykami*, 12.02.2016, in: <http://wiadomosci.onet.pl/swiat/papiez-w-meksyku-mowil-o-korupcji-przemocy-handlu-narkotykami/mrmfc0>, [Zugriff 15.03.2018].; [ohne Autor], *Papież w szpitalu w Meksyku*, 18.02.2016, in: <http://www.fakt.pl/swiat/papiez-franciszek-w-szpitalu-w-meksyku,artykuly,611128.html>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *Meksyk. Papież prosi Indian o przebaczenie za krzywdy, których doznali*, 15.02.2016,

1.2. 16. April 2016 – Griechenland

Die eintägige apostolische Reise von Papst Franziskus nach Griechenland fand am 16. April 2016 statt und umfasste die Insel Lesbos. Während der Pilgerreise traf sich der Papst mit den Flüchtlingen im Lager. Mit Premier von Griechenland Alexis Tsipras sowie mit Bartholomäus I. (Patriarch von Konstantinopel), mit Erzbischof von Athen Hieronymos II. und dem Vorsitzenden der Bischofskonferenz von Griechenland Frangiskos Papamanolis unterschrieb der Papst eine Erklärung über die Hilfe den Flüchtlingen. In der Lehre konzentrierte er sich ebenfalls auf die Hilfe den Flüchtlingen.

In den analysierten Portalen wurden 35 Texte zum Thema dieses Besuchs veröffentlicht. Der erste war die Nachricht vom 5. April 2016 im Portal www.interia.pl. Es war eine Ankündigung der geplanten Pilgerreise nach Lesbos. Der Autor informiert über ihre Einmaligkeit sowie auch über die Entscheidung bezüglich der Reise, die im letzten Moment getroffen wurde¹⁵. Die letzte Publikation erschien am 18. April 2016 im Portal www.gazeta.pl. Im Text wurde die praktische Hilfe von Papst Franziskus zugunsten der Flüchtlinge und das Hinbringen von ein paar Familien nach Rom betont, wo sie die Möglichkeit des Aufenthalts in italienischen Pfarreien erhielten¹⁶. Die mit der Pilgerreise verbundenen Berichte wurden am Tag des Besuchs bzw. ein Tag später veröffentlicht. Aufgrund der Entscheidung des Papstes bezüglich der Reise nach Lesbos, die erst vor ein paar Tagen getroffen wurde, waren umfangreichere Presseankündigungen der geplanten Pilgerreise nicht möglich. Es waren am häufigsten Pressemitteilungen veröffentlicht (24). Es gab 16 veröffentlichte Nachrichten in der Zeit vor der päpstlichen

in: <http://wiadomosci.gazeta.pl/wiadomosci/1,114877,19630578,meksyk-papiez-prosi-indian-o-przebaczenie-za-krzywdy-ktorych.html>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *Meksyk. Papież: nie popadać w rezygnację w obliczu gangów i przemocy*, 16.02.2016, in: <http://wiadomosci.gazeta.pl/wiadomosci/1,114877,19636172,meksyk-papiez-nie-popadac-w-rezygnacje-w-obliczu-gangow-i-przemocy.html>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *Papież zakończył wizytę w Meksyku i wraca do Rzymu*, 18.02.2016, in: <http://wiadomosci.gazeta.pl/wiadomosci/1,114871,19642683,papiez-zakonczyl-wizyte-w-meksyku-i-wraca-do-rzymu.html>, [Zugriff 15.03.2018].

¹⁵ Siehe [ohne Autor], *Papież spotka się z uchodźcami na Lesbos*, 05.04.2016, in: <http://fakty.interia.pl/raporty/raport-nowy-papiez/aktualnosci/news-papiez-spotka-sie-z-uchodzcam-na-lesbos,nId,2174931>, [Zugriff 15.03.2018].

¹⁶ Siehe T. Bielecki, *Papież zabiera uchodźców*, 18.04.2016, in: <http://wyborcza.pl/1,75399,19934589,papiez-zabiera-uchodzcow.html?disableRedirects=true>, [Zugriff 15.03.2018].

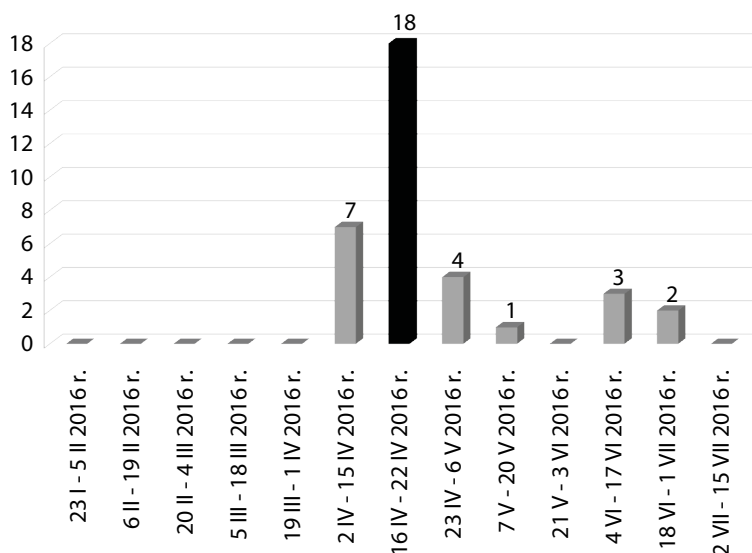


Diagramm Nr. 5. Anzahl der Publikationen zum Thema des Besuchs von Papst Franziskus in Griechenland in den polnischen Portalen nach dem Veröffentlichungstag, N=35

Quelle: Newspoint

apostolischen Reise und 14 danach. Die letzte davon wurde vier Tage nach ihrer Beendigung veröffentlicht.

Die meisten Nachrichten zum Thema der päpstlichen Pilgerreise nach Griechenland veröffentlichte das Portal www.interia.pl (13), was ihm rund 37% des Anteils am Markt der Internetnachrichten zu diesem Thema ausmacht. Die weiteren Portale unter Berücksichtigung der Publikationsanzahl waren entsprechend: www.onet.pl (11), www.wp.pl (6) und www.gazeta.pl (3). Wenig Informationen zum analysierten Thema veröffentlichte www.fakt.pl (2) und keine www.o2.pl (0).

Weitere Stufe der auszuführenden Forschungen war Ermittlung der Kommunikationsweise über diese apostolische Pilgerreise von Papst Franziskus. Aus den durchgeführten Forschungen geht es hervor, dass 8/9 der veröffentlichten Nachrichten positiv (4) bzw. neutral waren (29). Es gab 2 negative Kommentare und sie betrafen die Furcht vor Immigranten und der Reaktion auf die Entscheidung des Papstes, Migranten nach Rom hinzubringen.

Der Anteil an negativen, positiven und neutralen Nachrichten war unter den analysierten Portalen vergleichbar. Negative Nachrichten bezüglich des Papstes

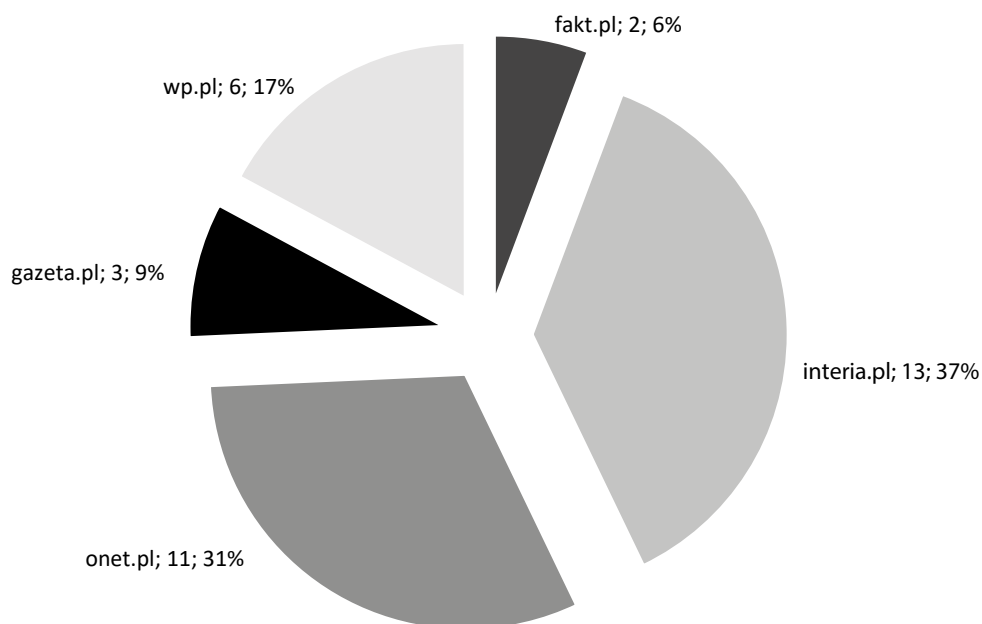


Diagramm Nr. 6. Anzahl der Publikationen zum Thema des Besuchs von Papst Franziskus in Griechenland in den polnischen Portalen nach dem Veröffentlichungstag, N=35
Quelle: Newspoint

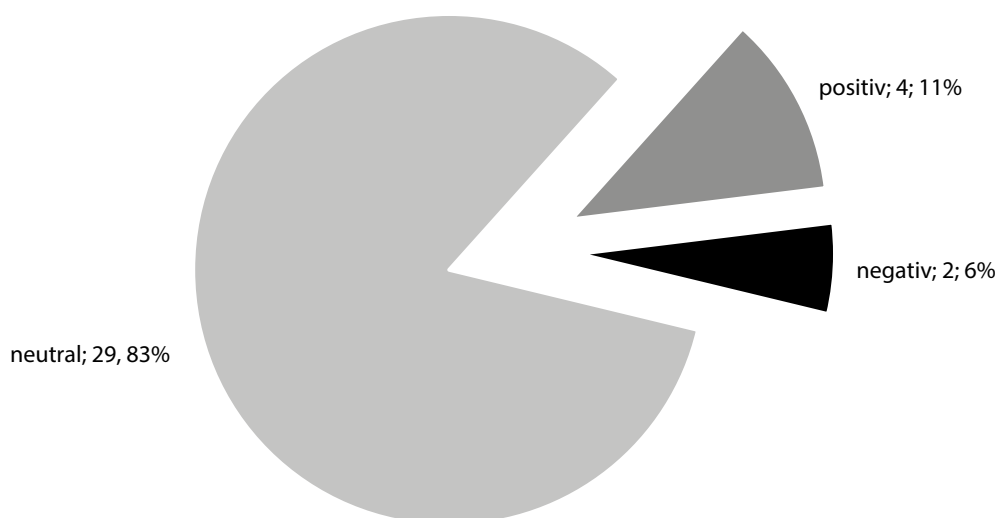


Diagramm Nr. 7. Anzahl der Publikationen zum Thema des Besuchs von Papst Franziskus in Griechenland in den polnischen Portalen nach der Veröffentlichungsart, N=35
Quelle: Newspoint

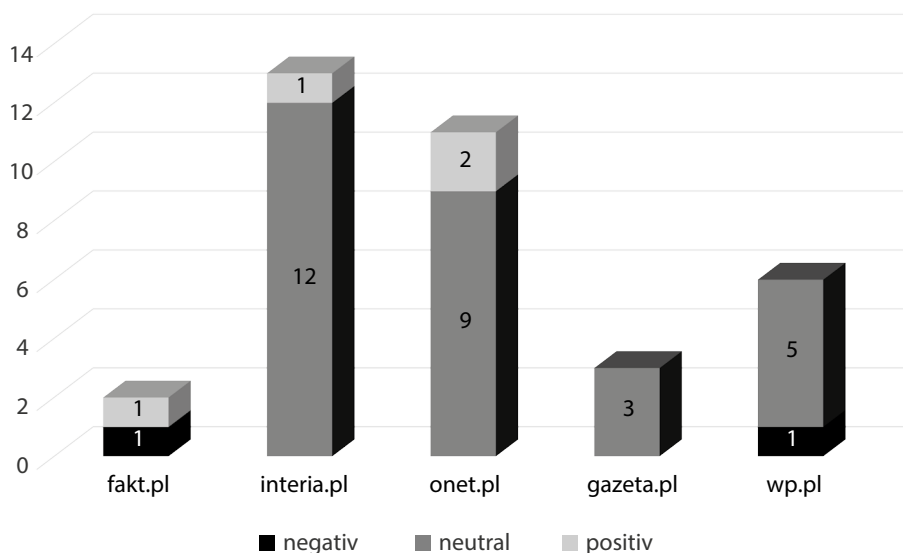


Diagramm Nr. 8. Anzahl der Publikationen zum Thema des Besuchs von Papst Franziskus in Griechenland in den polnischen Portalen nach dem Veröffentlichungsort und -art, N=35
Quelle: Newspoint

und der Pilgerreise sind in den folgenden Portalen erschienen: www.wp.pl und www.fakt.pl.

Die meisten geforschten Internetportale bedienen sich der Mitteilungen aus den Diensten PAP, KAI und RAI. Vor der päpstlichen Pilgerreise zum Flüchtlings- und Migrantenlager sind wenige Materialien aufgrund der Benachrichtigung darüber erst ein paar Tage davor erschienen. Negative Texte betrafen das Hinbringen von Flüchtlingen nach Rom durch den Papst an Bord des Flugzeugs. Pastor Paweł Chojecki sprach über Verstoß des Papstes gegen die Migrationsvorschriften. Ähnlich schrieb in seinem Kommentar Paweł Lisicki¹⁷. Materialien, die die Aussage und den Inhalt der päpstlichen Reden vertieften, wurden nicht veröffentlicht. Am Tag des apostolischen Besuchs wurden lediglich Agenturnachrichten mit einzelnen publizistischen Kommentaren veröffentlicht, indem

¹⁷ Siehe [ohne Autor], *Duchowny: Kara śmierci dla Tuska? To zasadne*, 18.04.2016, in: <http://www.fakt.pl/polska/papiez-zlamal-prawo-a-dla-tuska-kara-smierci,artykuly,626830.html>, [Zugriff 01.03.2016]; P. Lisicki, *Dla papieża Franciszka liczą się tylko dokumenty*, 18.04.2016, in: <http://wiadomosci.wp.pl/kat,1356,wid,18170791,martykul.html>, [Zugriff 15.03.2018].

man sich auf soziale Fragen (Emigranten, Immigranten) konzentrierte. Es wurde auf die Notwendigkeit der Systemlösungen diesbezüglich hingewiesen. Die polnischen Geistlichen und Pfarreien wurden zum Nachahmen des Papstes bezüglich der Offenheit gegenüber den Vertriebenen ermuntert¹⁸.

1.3. 24.–26 Juni 2016 – Armenien

Die apostolische Reise von Papst Franziskus nach Armenien fand von 24. bis zum 26. Juni 2016 statt und verlief unter dem Motto „Besuch im ersten christlichen Land“. Die vierzehnte Auslandsreise von Franziskus bestand im Aufenthalt in vier Ortschaften: Etschmiadsin, Jerewan, Giumri und Chor Wirap. Während des Aufenthalts von Papst Franziskus in diesem Land wurden zwei Symbole des armenischen Volkes betont: der Berg Ararat, auf dem laut der Tradition die Arche Noah nach der Sintflut anhielt, und das Kloster in Chor Wirap, wo hl. Gregor der Erleuchter, Gründer und Patron der Armenischen Apostolischen Kirche 15 Jahre lang gefangen gehalten wurde. Während seiner Pilgerreise traf sich der Papst mit dem Katholikos Armeniens und appellierte auch um Frieden, insbesondere im Zusammenhang mit dem Völkermord der Armenier durch die Türken am Anfang des 20. Jahrhunderts.

In den analysierten Portalen wurden 20 Texte zum Thema dieses Besuchs veröffentlicht. Der erste war die Nachricht vom 9. April 2016 im Portal www.interia.pl. Es war eine Ankündigung der geplanten Pilgerreise nach Armenien. Man kündigte an, der Bischof von Rom Armenien ein Jahr nach der Gedenkfeier des hundertsten Jahrestages des Blutbades von tausenden Armeniern durch die türkischen Truppen. Das Blutbad von Armeniern im Jahre 1915 war der erste

¹⁸ Siehe [ohne Autor], *Papież spotka się z uchodźcami: widziałem tyle bólu*, 17.04.2016, in: <http://wiadomosci.wp.pl/kat,1356,title,Papiez-po-spotkaniu-z-uchodzcam-i-widzialem-tyle-bolu,wid,18274373,wiadomosc.html>, [Zugriff 15.03.2018]. T. Cylka, *Polscy biskupi w cieniu papieża Franciszka. Czy każda parafia przyjmie jedną rodzinę?*, 18.04.2016, in: <http://gazeta.pl/1,75398,19934458,polscy-biskupi-w-cieniu-papieza-franciszka-czy-kazda-parafia.html>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *Grecja: starcia w obozie dla migrantów na Lesbos*, 26.04.2016, in: <http://wiadomosci.onet.pl/swiat/grecja-starcia-w-obozie-dla-migrantow-na-lesbos/3j3zny>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *Mini szczyt o Europie*, 06.05.2016, in: <http://fakty.interia.pl/swiat/news-miniszczyt-o-europie-w-zwiazku-z-nagroda-karola-wielkiego-dl,nId,2197551>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *Niezwykłe gesty papieża Franciszka: normalność jako styl pontyfikatu*, 26.05.2016, in: <http://wiadomosci.onet.pl/swiat/niezwykle-gesty-papieza-franciszka-normalnosc-jako-styl-pontyfikatu/09yzyx6>, [Zugriff 15.03.2018].

Völkermord im 20. Jahrhundert¹⁹. Die letzte Publikation erschien am 22. April 2016 im Portal www.onet.pl. Jakub Biedrzyński weist auf die Worte von Papst Franziskus hin, die er an homosexuelle Personen betreffen den Respekt für sie im Zusammenhang mit den Aussagen mancher Publizisten richtete. Diese Worte sagte er während seiner Rückkehr nach Vatikan aus²⁰. Die mit der Pilgerreise verbundenen Berichte wurden am Tag des Besuchs bzw. ein Tag später veröffentlicht. Sie betrafen am meisten die päpstliche Lehre über den Frieden als auch die Kommentare zum Thema des Völkermordes der Armenier. Es waren am häufigsten Pressemitteilungen veröffentlicht (14). Es gab 4 veröffentlichte Nachrichten in der Zeit vor der päpstlichen apostolischen Reise und 7 danach. Die letzte davon wurde ein Monat nach ihrer Beendigung veröffentlicht und knüpfte an die Worte des römischen Bischofs an.

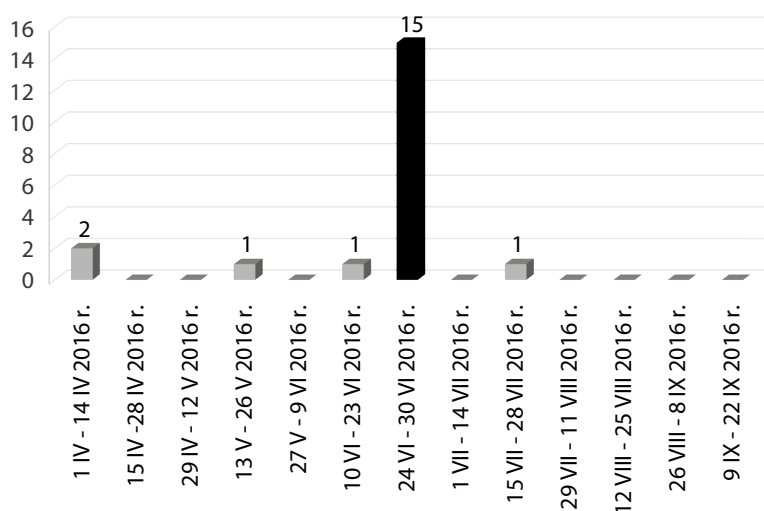


Diagramm Nr. 9. Anzahl der Publikationen zum Thema des Besuchs von Papst Franziskus in Armenien in den polnischen Portalen nach dem Veröffentlichungstag, N=20
Quelle: Newspoint

¹⁹ Siehe [ohne Autor], *Papież Franciszek odwiedzi Armenię, Gruzję i Azerbejdżan*, 09.04.2016, in: <http://fakty.interia.pl/swiat/news-papiez-franciszek-odwiedzi-armenie-gruzje-i-azerbejdzan,nId,2182479>, [Zugriff 15.03.2018].

²⁰ Siehe J. Biedrzycki, *Auto-homoterroryzm prawicy*, 22.06.2016, in: <http://wiadomosci.onet.pl/kraj/auto-homoterroryzm-prawicy/4gsx8h>, [Zugriff 15.03.2018].

Die meisten Nachrichten zum Thema der päpstlichen Pilgerreise nach Armenien veröffentlichte das Portal www.onet.pl (8), was ihm rund 40% des Anteils am Markt der Internetnachrichten zu diesem Thema ausmacht. Die weiteren Portale unter Berücksichtigung der Publikationsanzahl waren entsprechend: www.wp.pl (7), www.interia.pl (4) und www.fakt.pl (1). Über die Pilgerreise gibt es keine Informationen in den Portalen www.gazeta.pl (0) sowie www.o2.pl (0). Im Falle des Portals www.gazeta.pl erschienen Nachrichten während der Pilgerreise. Derzeit sind sie nicht mehr im Portal verfügbar.

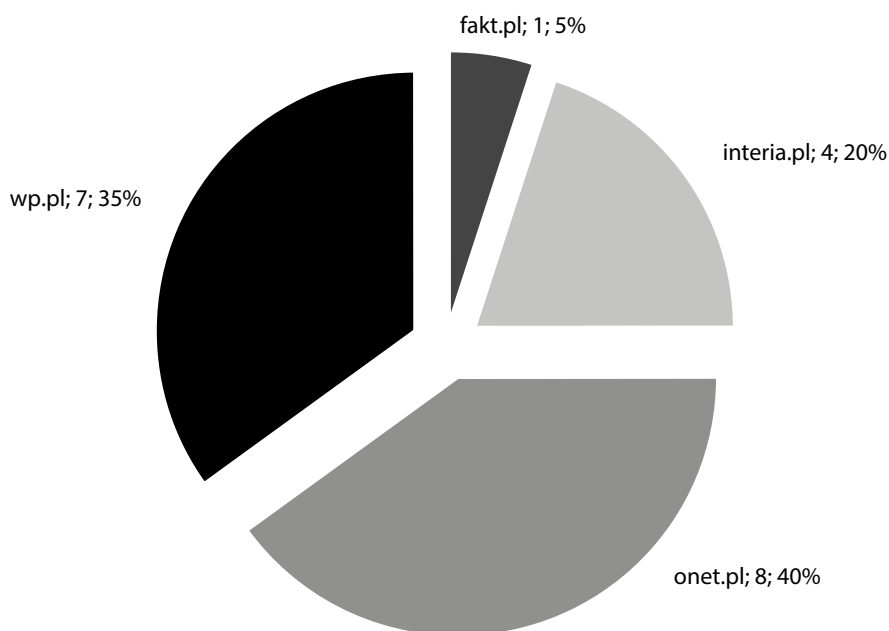


Diagramm Nr. 10. Anzahl der Publikationen zum Thema des Besuchs von Papst Franziskus in Armenien in den polnischen Portalen nach dem Veröffentlichungs-ort, N=20
Quelle: Newspoint

Weitere Stufe der auszuführenden Forschungen war Ermittlung der Kommunikationsweise über diese apostolische Pilgerreise von Papst Franziskus. Aus den durchgeführten Forschungen geht es hervor, dass 19/20 der veröffentlichten Nachrichten positiv (2) bzw. neutral waren (17). Es gab 1 negativen Kommentar und er betraf nicht das Hauptthema der Pilgerreise, sondern der Nichtanpassung, nach dem Autor, der Kirche in Polen an die Lehre von Papst Franziskus.

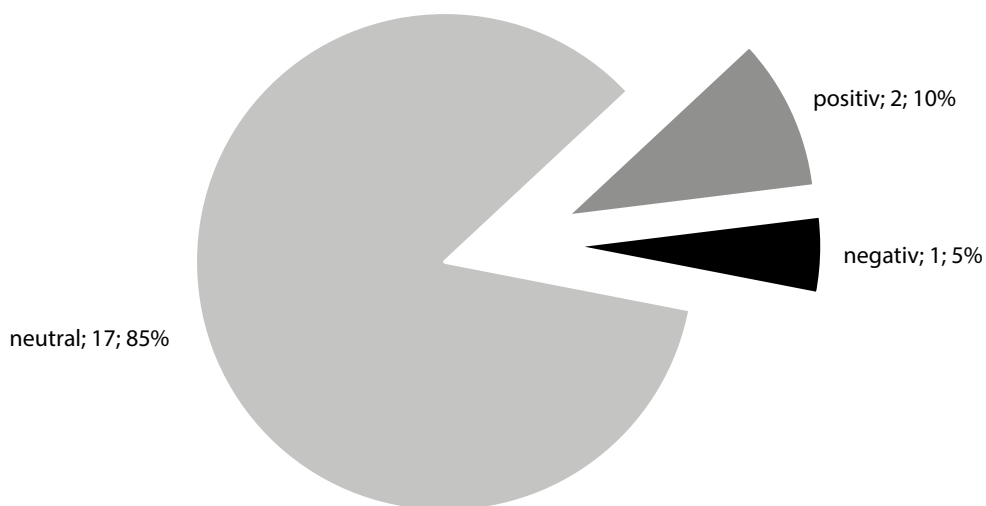


Diagramm Nr. 11. Anzahl der Publikationen zum Thema des Besuchs von Papst Franziskus in Armenien in den polnischen Portalen nach der Veröffentlichungsart, N=20
Quelle: Newspoint

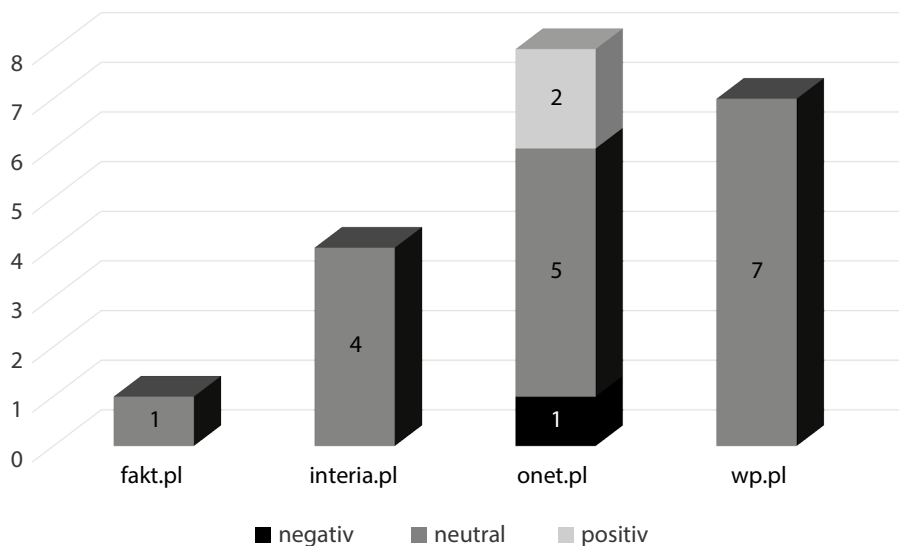


Diagramm Nr. 12. Anzahl der Publikationen zum Thema des Besuchs von Papst Franziskus in Armenien in den polnischen Portalen nach dem Veröffentlichungsort und -art, N=20
Quelle: Newspoint

Der Anteil an negativen, positiven und neutralen Nachrichten war unter den analysierten Portalen vergleichbar. Negative und positive Nachrichten erschienen im Portal www.onet.pl.

Die meisten geforschten Internetportale bedienen sich der Mitteilungen aus den Diensten PAP, KAI und RAI, ohne ihre eigenen Korrespondenten zu senden. Somit ist die Aussage der veröffentlichten Inhalte am meisten neutral. Die die Pilgerreise ansagenden Texte konzentrierten sich vor allem auf die Frage des Völkermordes der Armenier und das Gespräch mit dem Katholikos Armeniens. Negativer Text betraf, nach dem Autor, keine Einführung der päpstlichen Lehre bezüglich der Homosexualität in der Kirche in Polen. Die Äußerung des Papstes zu diesem Thema war kein Hauptthema der Lehre während der Pilgerreise²¹. Materialien, die die Aussage und den Inhalt der päpstlichen Reden vertieften, wurden nicht veröffentlicht. Am Tag des apostolischen Besuchs wurden lediglich Agenturnachrichten mit einzelnen publizistischen Kommentaren veröffentlicht, indem man sich auf soziale Fragen (Emigranten, Immigranten) konzentrierte. Es wurde auf die Notwendigkeit der Systemlösungen diesbezüglich hingewiesen. Die polnischen Geistlichen und Pfarreien wurden zum Nachahmen des Papstes bezüglich der Offenheit gegenüber den Vertriebenen ermuntert²².

1.4. 27.–31. Juli 2016 – Polen

Die apostolische Reise von Papst Franziskus nach Polen fand von 27. bis zum 31. Juli 2016 statt. Die Reise des Bischofs von Rom galt drei Städten: Kraków, Częstochowa und Oświęcim. Das Reiseziel war insbesondere das Treffen mit der katholischen Jugend aus der ganzen Welt während des 31. Weltjugendtages in Krakau. Franziskus war der dritte Papst, der Polen besuchte; früher besuchte Papst Johannes Paul II neunmal seine Heimat (1979, 1983, 1987, zweimal 1991,

²¹ Siehe J. Biedrzycki, *Auto-homoterroryzm prawicy*, 22.06.2016, in: <http://wiadomosci.onet.pl/kraj/auto-homoterroryzm-prawicy/4gsx8h>, [Zugriff 15.03.2018].

²² Siehe [ohne Autor], *Papież nazwał rzeź Ormian ludobójstwem*, 27.06.2016, in: <http://wiadomosci.onet.pl/swiat/papiez-nazwal-rzez-ormian-ludobojstwem/99s695>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *Watykan odrzuca turecką krytykę słów papieża o ludobójstwie Ormian*, 27.06.2016, in: <http://wiadomosci.wp.pl/kat,1356,title,Watykan-odrzuca-turecka-krytyke-slow-papieza-o-ludobojstwie-Ormian,wid,18397036,wiadomosc.html>, [Zugriff 15.03.2018]; M. Makowski, *Polka za murami Watykanu. Niezwykłe życie u boku dwóch papieży*, 28.06.2016, in: <http://kobieta.onet.pl/dziecko/wychowanie/polka-za-murami-watykanu-niezwykłe-zycie-u-boku-dwoch-papiezy/kh85pj>, [Zugriff 15.03.2018].

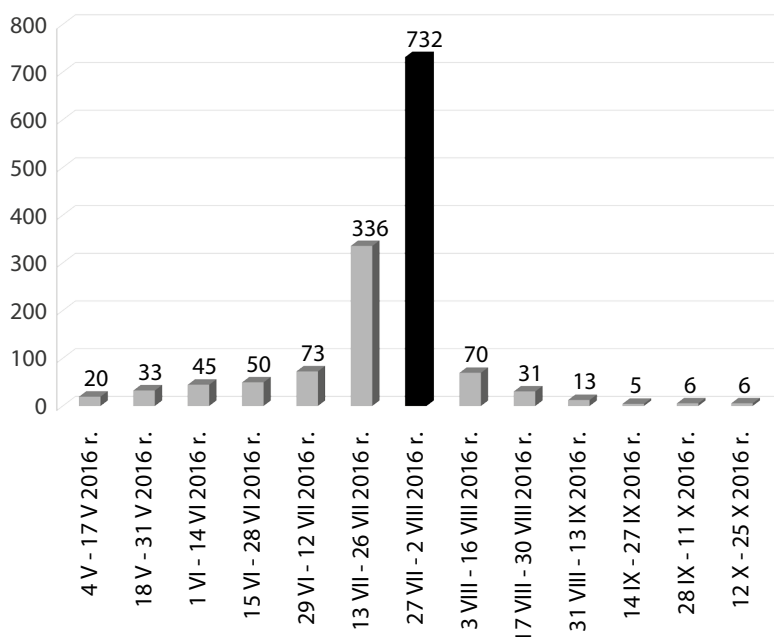


Diagramm Nr. 13. Anzahl der Publikationen zum Thema des Besuchs von Papst Franziskus in Polen in den polnischen Portalen nach dem Veröffentlichungstag, N=1420
Quelle: Newspoint

1995, 1997, 1999 und 2002) und einmal Benedikt XVI. (2006). Es war der elfte Besuch des amtierenden römisch-katholischen Kirchenvorstehers in Polen und der erste von Franziskus.

In den analysierten Portalen wurden 1420 Texte zum Thema dieses Besuchs veröffentlicht. Weil wir die Zeit von drei Monaten vor und nach dem päpstlichen Besuch forschen, umfassen die Forschungen keine früheren und späteren Veröffentlichungen, was bei der analysierten Pilgerreise der Fall war. Die Pilgerreise nach Polen selbst kann ein separater Beitrag zu ausfeilten theologischen und zeitungswissenschaftlichen Forschungen bilden. Die erste Publikation in der analysierten Zeit erschien am 29. April 2016 im Portal www.wp.pl. Es war eine Nachricht bezüglich der Gewährleistung der Sicherheit für die zum Weltjugendtag nach Krakau kommenden Pilgern²³. Die letzte Publikation in der analysierten Zeit

²³ Siehe [ohne Autor], *ŚDM w Polsce. Porozumienie wojewodów ws. zabezpieczenia wizyty papieża*, 29.04.2016, in: <http://wiadomosci.wp.pl/kat,1019409,wid,18297897,martykul.html>, [Zugriff 15.03.2018].

erschien am 22. Oktober 2016 im Portal www.onet.pl. Es betrifft die Annahmen für die pastorale Arbeit mit der Jugend nach WJT²⁴. Die mit der Pilgerreise verbundenen Berichte wurden während ihrer Dauer und auch davor sowie danach veröffentlicht. Sie waren mit WJT selbst, jedoch auch mit den logistischen Vorbereitungen sowie und der Zusammenfassung von WJT verbunden. Es waren am häufigsten Pressemitteilungen veröffentlicht (986). Es gab 1116 veröffentlichte Nachrichten in der Zeit vor der päpstlichen apostolischen Reise (WJT selbst begann 5 Tage vor Beginn der päpstlichen Pilgerreise) und 235 danach. Die letzte der analysierten Publikationen wurde drei Monate nach ihrer Beendigung veröffentlicht.

Die meisten Nachrichten zum Thema der päpstlichen Pilgerreise nach Polen veröffentlichte das Portal www.onet.pl (637), was ihm rund 44% des Anteils am Markt der Internetnachrichten ausmacht. Die weiteren Portale unter Berücksichtigung der Publikationsanzahl waren entsprechend: www.interia.pl (331), www.wp.pl (280), www.fakt.pl (142), www.gazeta.pl (24) sowie www.o2.pl (14). Im Falle des Portals www.gazeta.pl erschienen Nachrichten während der Pilgerreise. Derzeit sind sie nicht mehr im Portal verfügbar.

Weitere Stufe der auszuführenden Forschungen war Ermittlung der Kommunikationsweise über diese apostolische Pilgerreise von Papst Franziskus. Aus den durchgeführten Forschungen geht es hervor, dass 99/100 der veröffentlichten Nachrichten positiv (43) bzw. neutral waren (1376). Es gab 9 negative Kommentare und sie betrafen nicht das Hauptthema der Pilgerreise, sondern Ordnungs- und Finanzangelegenheiten, der päpstlichen Lehre über die Flüchtlinge oder unbegründete Kritik der Politiker²⁵.

²⁴ Siehe [ohne Autor], *Rozpoczyna się cykl spotkań dla młodych po ŚDM*, 24.10.2016, in: <http://krakow.onet.pl/rozpoczyna-sie-cykl-spotkan-dla-mlodych-po-sdm/k7g65c>, [Zugriff 15. 03.2018].

²⁵ Zob. K. Surówka, *Skandal w Krakowie. Zniszczyli baner ŚDM wart 5 tysięcy*, 07.06.2016, in: <http://www.fakt.pl/wydarzenia/polska/krakow/skandal-w-krakowie-zniszczyli-baner-sdm-wart-5-tysiecy/0r70t2f>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne autor], *Szokujące słowa Rokity o papieżu. Dlaczego drwi?*, 28.07.2016, in: <http://www.fakt.pl/www.fakt.pl/wydarzenia/polityka/szokujace-slowa-jana-rokity-o-papiezu-franciszku/pm5mz56>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *Skandal! Poseł atakuje papieża!*, 28.07.2016, in: <http://www.fakt.pl/www.fakt.pl/wydarzenia/polityka/robert-winnicki-atakuje-papieza-franciszka-ws-uchodzcow/ytwmzst>, [Zugriff 15.03.2018]; J. Matlak, *Opole: po hucznym świętowaniu w ramach ŚDM zostały śmieci*, 29.07.2016, in: <http://wiadomosci.onet.pl/>

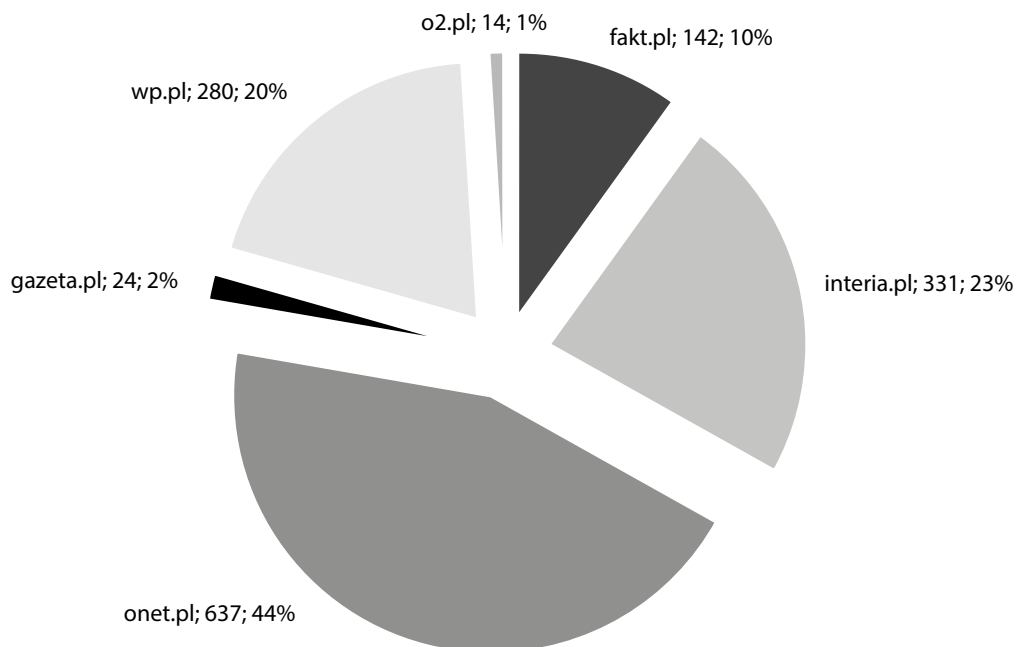


Diagramm Nr. 14. Anzahl der Publikationen zum Thema des Besuchs von Papst Franziskus in Polen in den polnischen Portalen nach dem Veröffentlichungsort, N=1420
Quelle: Newspoint

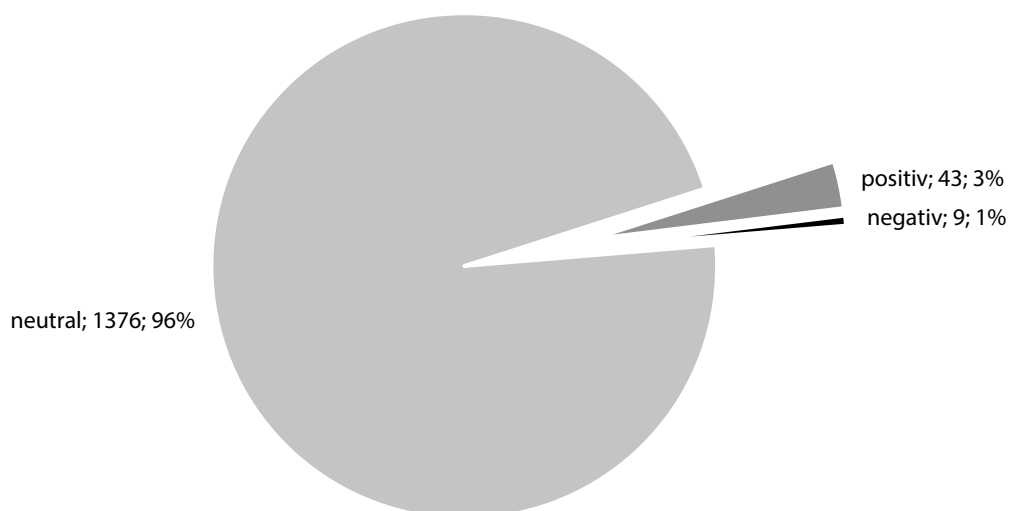


Diagramm Nr. 15. Anzahl der Publikationen zum Thema des Besuchs von Papst Franziskus in Polen in den polnischen Portalen nach der Veröffentlichungsart, N=1420
Quelle: Newspoint

Der Anteil an negativen, positiven und neutralen Nachrichten war unter den Portalen www.onet.pl, www.interia.pl, www.wp.pl und www.gazeta.pl vergleichbar. Hingegen waren die Verhältnisse der negativen Nachrichten gegenüber den positiven und neutralen schlechter in den Portalen www.fakt.pl i www.o2.pl.

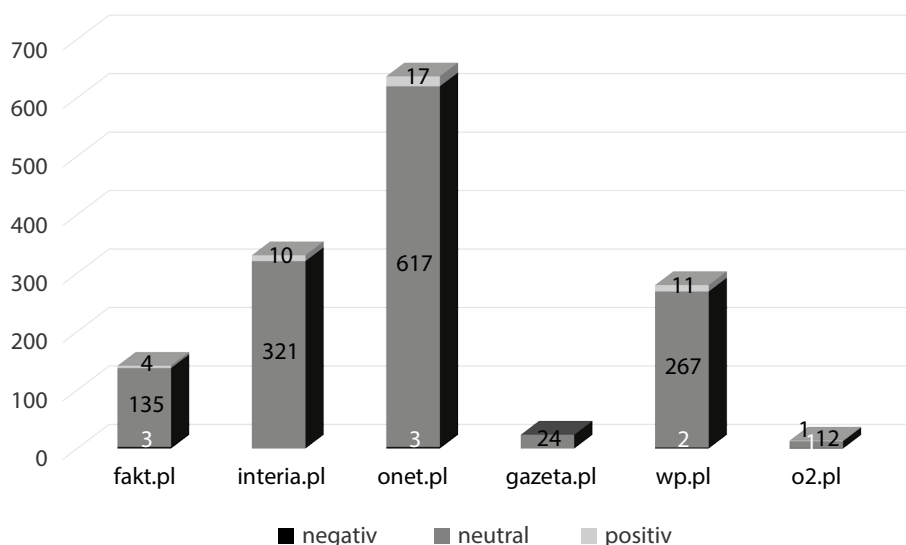


Diagramm Nr. 16. Anzahl der Publikationen zum Thema des Besuchs von Papst Franziskus in Polen in den polnischen Portalen nach dem Veröffentlichungsort und -art, N=1420

Quelle: Newspoint

Die meisten geforschten Internetportale bedienen sich der Mitteilungen aus den Diensten PAP, KAI und RAI, deshalb sind viele Publikationen neutral, nicht emotional geladen trotz der Tatsache, dass jede der Redaktionen ihren Vertreter

opole/opole-po-hucznym-swietowaniu-w-ramach-sdm-zostaly-smieci/8byn1z, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *W Brzegach jak po Woodstock. Zobacz, co zostawili pielgrzymi*, 31.07.2016, in: <https://www.o2.pl/galeria/w-brzegach-jak-po-woodstock-zobacz-co-zostawili-pielgrzymi-6021028799083137g>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *Sterty śmieci na terenie Campusu Misericordiae po ŚDM w Brzegach*, 01.08.2016, in: <http://wiadomosci.onet.pl/krakow/sdm-2016-sterdy-smieci-na-terenie-campusu-misericordiae-w-brzegach/5ec4cm>, [Zugriff 15.03.2018].

am WJT hatte. Die die Pilgerreise ansagenden Texte konzentrierten sich vor allem auf die logistischen Fragen und die Sicherheitsgewährleistung für Pilger²⁶. Es ist auch eine Reihe von Materialien zur Zusammenfassung der Pilgerreise von Papst Franziskus als auch des Weltjugendtags in Krakau erschienen. Es wurde auf die Notwendigkeit der ausgefeilten Bildung der Jugend nach WJT, hingewiesen und man dankte dem Papst für seine kommunikative Sprache, die Evangelisierung betreffende Lehre und Offenheit gegenüber anderen. In den Texten wurde das Engagement der verschiedenen Dienste in die Sicherheitsgewährleistung für die Pilger betont, man bemerkte den Beitrag der Kirche zur Organisation des Ereignisses²⁷.

²⁶ Siehe [ohne Autor], *ŚDM w Polsce. Porozumienie wojewodów ws. zabezpieczenia wizyty papieża*, 29.04.2016, in: <http://wiadomosci.wp.pl/kat,1019409,wid,18297897,martykul.html>, [Zugriff 15.03.2018].

²⁷ Siehe [ohne Autor], *Prymas: papież pokazał chrześcijańskie miłosierdzie wobec uchodźcy*, 01.08.2016, in: <http://fakty.interia.pl/raporty/raport-swiatowe-dni-mlodziezy-krakow-2016/komentarze/news-prymas-papiez-pokazal-chrzescijanskie-milosierdzie-wobec-uchodzczy,nId,2244857>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *Przesłanie papieża Franciszka po Światowych Dniach Młodzieży*, 01.08.2016, in: <http://wiadomosci.wp.pl/gid,18448829,kat,,title,Przeslanie-papieza-Franciszka-po-Swiatowych-Dniach-Mlodziezy,galeria.html>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *Papież Franciszek wybrał najlepszego piłkarza*, 01.08.2016, in: <http://ofsajd.onet.pl/plotki/papiez-franciszek-wybral-najlepszego-pilkarza/hec1x8>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *ŚDM: 300 tys. pielgrzymów wyjechało w niedzielę pociągami z Krakowa*, 01.08.2016, in: <http://biznes.onet.pl/wiadomosci/kraj/sdm-300-tys-pielgrzymow-wyjechalo-w-niedziele-pociagami-z-krakowa/zgtdnn>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *Co warto wiedzieć o Panamie – następnym gospodarzu ŚDM?*, 03.08.2016, in: <http://wiadomosci.onet.pl/kraj/co-warto-wiedziec-o-panamie-nastepnym-gospodarzu-sdm/r7s56j>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *Młodzieżowy język papieża*, 03.08.2016, in: <http://wiadomosci.wp.pl/gid,18449239,gpage,6,img,18449422,kat,1342,title,Zagraniczne-komentarze-po-wizycie-papieza-Franciszka-w-Polsce,galeria.html>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *Witold Waszczykowski dla WP: gdyby Franciszek poruszył sprawę Smoleńska, to były olbrzymi sukces*, 03.08.2016, in: <http://wiadomosci.wp.pl/kat,1342,wid,18448911,martykul.html>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *Abp Gądecki dziękuje prezydentowi Andrzejowi Dudzie za udział w ŚDM*, 04.08.2016, in: <http://wiadomosci.onet.pl/kraj/abp-gadecki-dziekuje-prezydentowi-andrzejowi-dudzie-za-udzial-w-sdm/9nq4bq>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *Listy gratulacyjne dla polskich służb*, 06.08.2016, in: <http://fakty.interia.pl/raporty/raport-swiatowe-dni-mlodziezy-krakow-2016/aktualnosci/news-listy-gratulacyjne-dla-polskich-sluzb-zabezpieczajacych-sdm-,nId,2247668>, [Zugriff 15.03.2018]; A. Szczepańska, *Narodowa pielgrzymka Polaków*, 21.10.2016, in: <http://fakty.interia.pl/religia/news-narodowa-pielgrzymka-polakow,nId,2294693>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *Rozpoczyna się cykl spotkań dla młodych po ŚDM*, 24.10.2016, in: <http://krakow.onet.pl/rozpoczyna-sie-cykl-spotkan-dla-mlodych-po-sdm/k7g65c>, [Zugriff 15.03.2018].

1.5. 30. September – 2. Oktober 2016 – Georgien, Aserbajdschan

Die apostolische Reise von Papst Franziskus nach Georgien und Aserbajdschan fand vom 30. September bis zum 2. Oktober 2016 statt. Die sechszehnte apostolische Reise verlief unter den Mottos: „Wir alle sind Brüder“ (Aserbajdschan) sowie „Frieden euch“ (Georgien). Franziskus war der zweite Papst, der Georgien und Aserbajdschan besuchte. Früherer war Johannes Paul II, der Georgien 1999 und Aserbajdschan 2002 besuchte. Der Papst besuchte Tiflis und Mzcheta (Georgien) sowie Baku (Aserbajdschan). In der Pilgerreise wurden die Fragen der Ökumenismus und des Dialogs zwischen den Religionen besonders betont.

In den analysierten Portalen wurden 15 Texte zum Thema dieses Besuchs veröffentlicht. Der erste war die Nachricht vom 9. April 2016 im Portal www.interia.pl. Es war eine allgemeine Ankündigung von drei Pilgerreisen. Aufgrund der zeitlichen Entfernung wird sie in den geführten Forschungen nicht berücksichtigt²⁸. In den Medien schrieb man über die geplante Pilgerreise von Papst im Zusammenhang mit der Beerdigung des israelischen Premiers Schimon Peres, die während der päpstlichen Pilgerreise stattfinden sollte und dass sie aus diesem Grunde abgesagt werden sollte²⁹. Die letzte Publikation erschien am 5. Oktober 2016 im Portal www.onet.pl. Es wurde die päpstliche Zusammenfassung der Pilgerreise veröffentlicht, die während der Generalaudienz in Rom verkündigt worden war. Der Papst sagte, dass Georgien und Aserbajdschan sehr alte, historische, Kultur- und Religionswurzeln haben, er betonte, dass die eine neue Phase erleben: Beide Länder feiern dieses Jahr 25. Jahrestag der Unabhängigkeit, nachdem sie den meisten Teil des 20. Jahrhunderts unter dem sowjetischen Regime verbrachten. Und sie treffen in der Phase auf Schwierigkeiten³⁰. Die mit der Pilgerreise verbundenen Berichte wurden am Tag des Besuchs bzw. ein Tag später veröffentlicht. Sie betrafen am meisten die päpstliche Lehre über den Frieden, den ökumenischen Dialog und unter den Religionen, als auch die Kommentare

²⁸ Siehe [ohne Autor], *Papież Franciszek odwiedzi Armenię, Gruzję i Azerbejdżan*, 09.04.2016, in: <http://fakty.interia.pl/swiat/news-papiez-franciszek-odwiedzi-armenie-gruzje-i-azerbejdzan,nId,2182479>, [Zugriff 15.03.2018].

²⁹ Siehe [ohne Autor], *Simon Peres nie żyje. Papież Franciszek nie pojedzie na pogrzeb*, 28.10.2016, in: <http://fakty.interia.pl/swiat/news-szimon-peres-nie-zyje-papiez-franciszek-nie-pojedzie-na-pogr,nId,2281901>, [Zugriff 15.03.2018].

³⁰ Siehe [ohne Autor], *Papież: starałem się wesprzeć narody Gruzji i Azerbejdżanu*, 05.10.2016, in: <http://wiadomosci.onet.pl/swiat/papiez-staralem-sie-wesprzec-narody-gruzji-i-azerbejdzanu/pkc6wt>, [Zugriff 15.03.2018].

betreffend die heutige Situation der Armenier und der Georgier. Es waren am häufigsten Pressemitteilungen veröffentlicht (13). Es wurden 2 Nachrichten in der Zeit vor der päpstlichen apostolischen Reise und 4 danach veröffentlicht. Die letzte davon wurde zwei Tage nach ihrer Beendigung veröffentlicht.

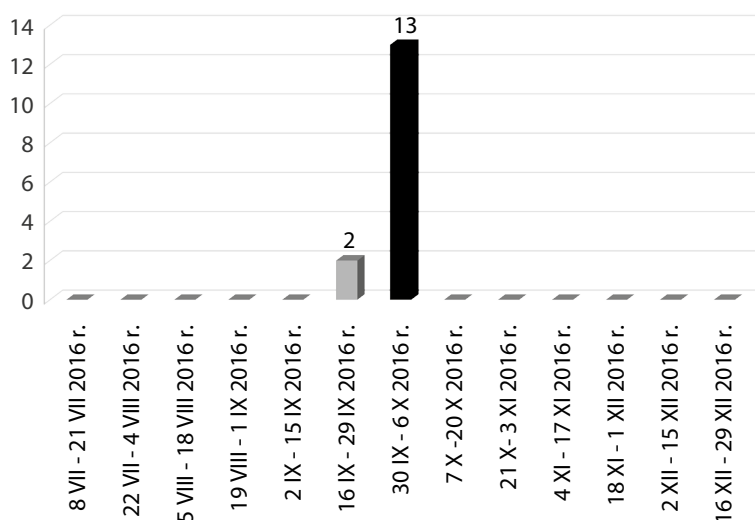


Diagramm Nr. 17. Anzahl der Publikationen zum Thema des Besuchs von Papst Franziskus in Georgien und Aserbaidshan in den polnischen Portalen nach dem Veröffentlichungstag, N=15
Quelle: Newspoint

Die meisten Nachrichten zum Thema der päpstlichen Pilgerreise nach Armenien veröffentlichte das Portal www.interia.pl (6), was ihm rund 40% des Anteils am Markt der Internetnachrichten ausmacht. Die weiteren Portale unter Berücksichtigung der Publikationsanzahl waren entsprechend: www.onet.pl (5) sowie www.wp.pl (4). Über die Pilgerreise wurden keine Informationen in den Portalen www.gazeta.pl (0), www.fakt.pl (0) sowie www.o2.pl (0) veröffentlicht. Im Falle des Portals www.gazeta.pl erschienen Nachrichten während der Pilgerreise. Derzeit sind sie nicht mehr verfügbar.

Weitere Stufe der auszuführenden Forschungen war Ermittlung der Kommunikationsweise über diese apostolische Pilgerreise von Papst Franziskus. Aus den durchgeführten Forschungen geht es hervor, dass alle veröffentlichten

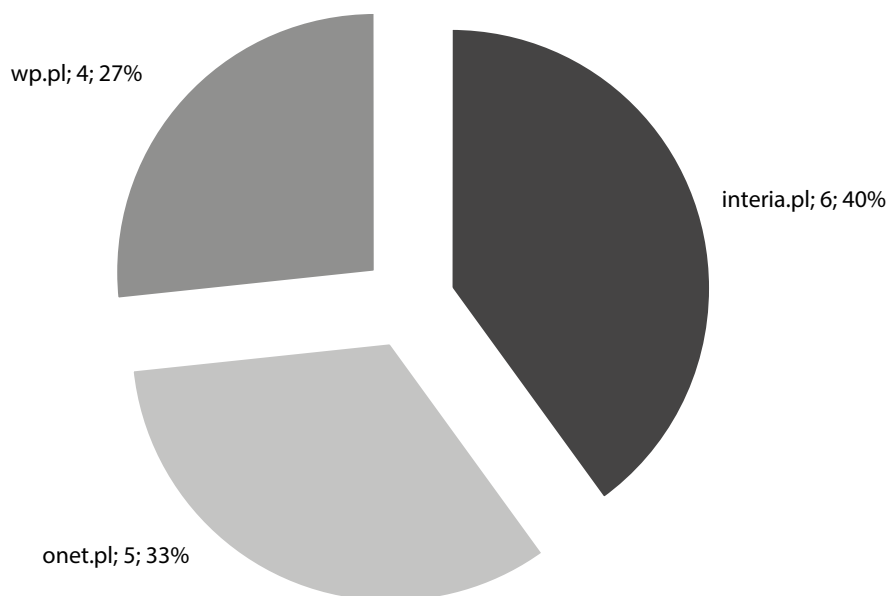


Diagramm Nr. 18. Anzahl der Publikationen zum Thema des Besuchs von Papst Franziskus in Georgien und Aserbaidtschan in den polnischen Portalen nach dem Veröffentlichungsort, N=15
Quelle: Newspoint

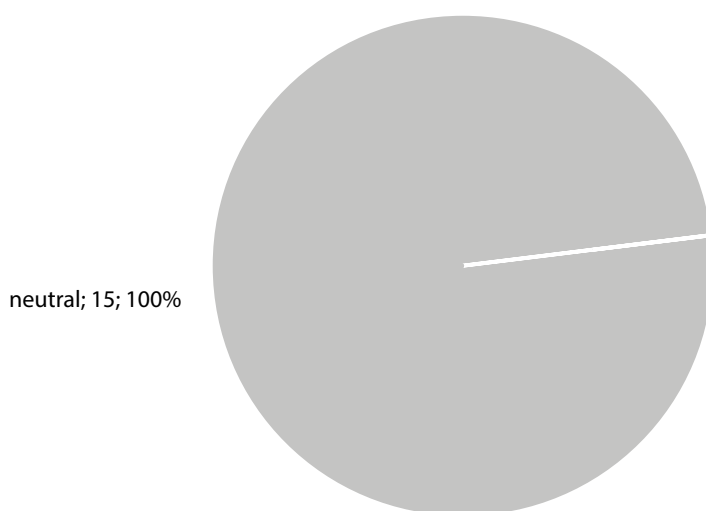


Diagramm Nr. 19. Anzahl der Publikationen zum Thema des Besuchs von Papst Franziskus in Georgien und Aserbaidtschan in den polnischen Portalen nach der Veröffentlichungsart, N=15
Quelle: Newspoint

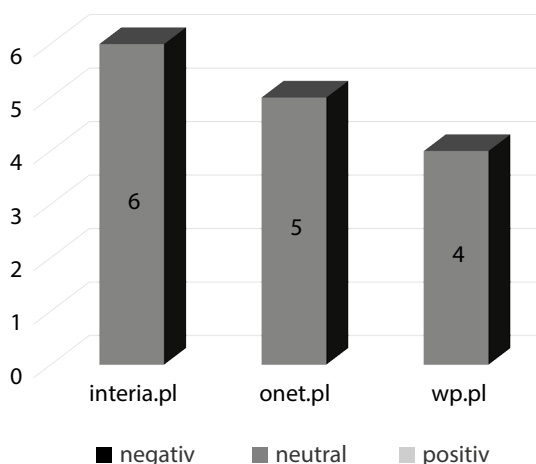


Diagramm Nr. 20. Anzahl der Publikationen zum Thema des Besuchs von Papst Franziskus in Georgien und Aserbaidshan in den polnischen Portalen nach dem Veröffentlichungsort und -art, N=15
Quelle: Newspoint

Nachrichten neutral waren. Es resultierte davon, dass Agenturmitteilungen in den Portalen veröffentlicht wurden.

Das Zahlenverhältnis der positiven und negativen zum Thema der besprochenen Pilgerreise veröffentlichten Nachrichten ist aufgrund dessen, dass es lediglich neutrale Nachrichten waren, identisch.

Die meisten geforschten Internetportale bedienen sich der Mitteilungen aus den Diensten PAP, KAI, RV und RAI, ohne ihre eigenen Korrespondenten zu senden. Somit ist die Aussage der veröffentlichten Inhalte neutral, denn es sind Nachdrücke der Agenturmitteilungen. Die die Pilgerreise ansagenden Texte konzentrierten sich vor allem auf die Tatsache des Unabhängigkeitsjahrestages und auch der wirtschaftlichen Umwandlungen, die nicht immer auf ethische Weise durchgeführt wurden. Man wies auf den Druck seitens Israels die Pilgerreise im Zusammenhang mit der Beerdigung des Premiers Schimon Peres abzusagen hin³¹. Mate-

³¹ Siehe [ohne Autor], *Papież Franciszek odwiedzi Armenię, Gruzję i Azerbejdżan*, 09.04.2016, in: <http://fakty.interia.pl/swiat/news-papiez-franciszek-odwiedzi-armenie-gruzje-i-azerbejdzan,nId,2182479>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *Simon Peres nie żyje. Papież Franciszek nie pojedzie na pogrzeb*, 28.10.2016, in: <http://fakty.interia.pl/swiat/news-szimon-peres-nie-zyje-papiez-franciszek-nie-pojedzie-na-pogr,nId,2281901>, [Zugriff 15.03.2018].

rialien, die die Aussage und den Inhalt der päpstlichen Reden vertieften, wurden nicht veröffentlicht. Georgien hat ein Problem mit Russland, Aserbaidzhan ist ein Land ohne offene Grenzen, hat Probleme mit Aserbaidzhan – so definierte der Bischof von Rom die politischen Probleme der besuchten Länder. Er sprach auch über die mit ihrer Entwicklung zusammenhängenden Probleme. Der letzte die Pilgerreise betreffende Artikel erschien in den analysierten Portalen vier Tage nach ihrer Beendigung³².

1.6. 31. Oktober – 1. November 2016 – Schweden

Am 25. Januar 2016 erklärte Vatikan, dass Papst Franziskus eine apostolische Reise nach Schweden macht, um an Eröffnungsfeier des 500. Jahrestages der Reformation teilzunehmen. Am 31. Oktober fand in Lund eine katholisch-lutherische Zeremonie statt, organisiert gemeinsam durch die Lutherische Kirche Schwedens und die katholische Diözese von Stockholm. Der Gottesdienst basierte auf dem liturgischen Führer „Gemeinsames Gebet“, der vom Lutherischen Weltbund und vom Päpstlichen Rat zur Förderung der Einheit der Christen bearbeitet wurde. Die Feierlichkeiten förderten den Versöhnungsprozess zwischen den Lutheranern und den Katholiken. Zwei Tage später las Papst Franziskus heilige Messe auf dem Stadion Swedbank in Malmö.

In den analysierten Portalen wurden 10 Texte zum Thema dieses Besuchs veröffentlicht. Der erste war die Nachricht vom 9. September 2016 im Portal www.onet.pl. Es war eine Ankündigung der geplanten Pilgerreise nach Schweden zum Jubiläum des 500. Jahrestages der Reformation. Es wurde ein detaillierter Plan des zweitägigen Besuchs dargestellt³³. Die letzte Publikation erschien am 18. November 2016, auch im Portal www.onet.pl. Sie beschreibt die Kritik der Konservativen für den Pontifikat von Papst Franziskus. Unter den am meisten

³² Siehe [ohne Autor], *Franciszek komentuje nie wypełnienie testamentu Jana Pawła II*, 03.10.2016, in: <http://wiadomosci.wp.pl/kat,9972,wid,18527783,martykul.html>, [Zugriff 15.03.2018]; S. Wysocka, *Gruzja ma problem z Rosją*, 05.10.2016, in: <http://fakty.interia.pl/religia/news-franciszek-o-homoseksualistach-towarzyszylem-im-i-nigdy-nie-,nId,2284267>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *Papież: starałem się wesprzeć narody Gruzji i Azerbejdżanu*, 05.10.2016, in: <http://wiadomosci.onet.pl/swiat/papiez-staralem-sie-wesprzec-narody-gruzji-i-azerbejdzanu/pkc6wt>, [Zugriff 15.03.2018].

³³ Siehe [ohne Autor], *Watykan ogłosił program wizyty papieża w Szwecji*, 09.09.2016, in: <http://wiadomosci.onet.pl/swiat/watykan-oglosil-program-wizyty-papieza-w-szwecji/hsr7tk>, [Zugriff 15.03.2018].

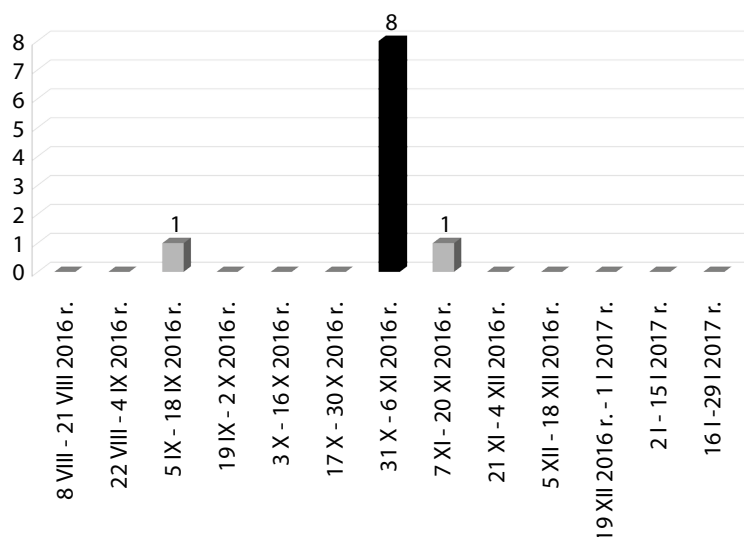


Diagramm Nr. 21. Anzahl der Publikationen zum Thema des Besuchs von Papst Franziskus in Schweden in den polnischen Portalen nach dem Veröffentlichungstag, N=10
Quelle: Newspoint

kontroversen Punkten wies man aufs Feiern des Jahrestages der Kirchenspaltung in Schweden auf³⁴. Die mit der Pilgerreise verbundenen Berichte wurden während ihrer Dauer veröffentlicht. Sie betrafen am meisten die päpstliche Lehre zum Thema des Ökumenismus. Es wurden am häufigsten Pressemitteilungen veröffentlicht (9). Es wurden 1 Nachricht vor der päpstlichen apostolischen Reise und auch 1 danach veröffentlicht. Die letzte davon wurde ein Monat nach ihrer Beendigung veröffentlicht und knüpfte an den Pontifikat des Bischofs von Rom an.

Die meisten Nachrichten zum Thema der päpstlichen Pilgerreise nach Schweden veröffentlichte das Portal www.interia.pl (5), was ihm rund 50% des Anteils am Markt der Internetnachrichten ausmacht. Die weiteren Portale unter Berücksichtigung der Publikationsanzahl waren entsprechend: www.onet.pl (3) und www.wp.pl (2). Über die Pilgerreise gibt es keine Informationen in den Portalen www.gazeta.pl (0), www.fakt.pl (0) sowie www.o2.pl (0). Im Falle des

³⁴ Siehe [ohne Autor], *Papież: Kościół to nie drużyna piłkarska, która zabiega o kibiców*, 18.11.2016, in: <http://wiadomosci.onet.pl/kraj/auto-homoterroryzm-prawicy/4gsx8h>, [Zugriff 15.03.2018].

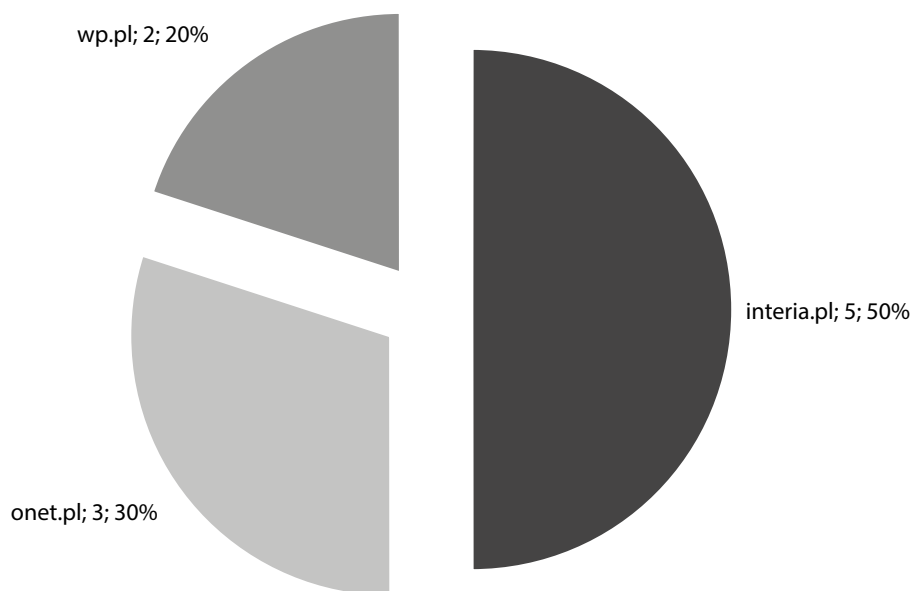


Diagramm Nr. 22. Anzahl der Publikationen zum Thema des Besuchs von Papst Franziskus in Schweden in den polnischen Portalen nach dem Veröffentlichungsort, N=10

Quelle: Newspoint

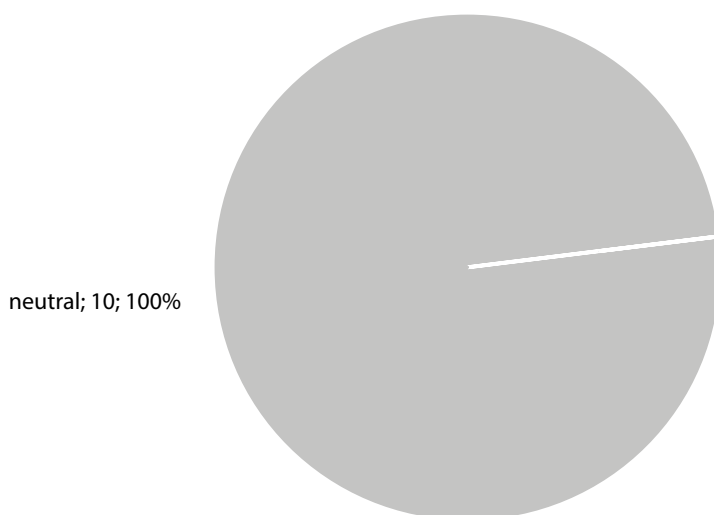


Diagramm Nr. 23. Anzahl der Publikationen zum Thema des Besuchs von Papst Franziskus in Schweden in den polnischen Portalen nach der Veröffentlichungsart, N=10

Quelle: Newspoint

Portals www.gazeta.pl erschienen Nachrichten während der Pilgerreise. Derzeit sind sie nicht mehr im Portal verfügbar.

Weitere Stufe der auszuführenden Forschungen war Ermittlung der Kommunikationsweise über diese apostolische Pilgerreise von Papst Franziskus. Aus den durchgeführten Forschungen geht es hervor, dass 10/10, somit alle Publikationen neutral waren, was auf ihr Agenturcharakter zurückzuführen ist.

Das Zahlenverhältnis der positiven und negativen zum Thema dieser Pilgerreise veröffentlichten Nachrichten ist aufgrund dessen, dass es lediglich neutrale Nachrichten waren, identisch.

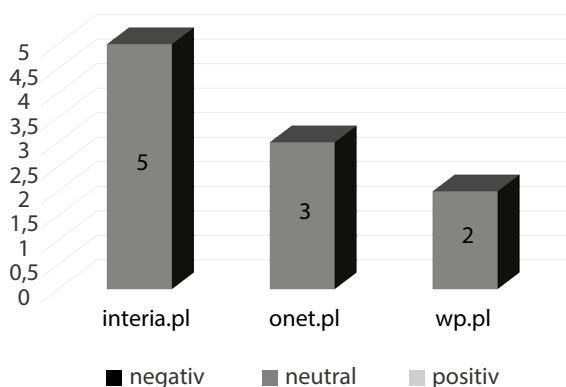


Diagramm Nr. 24. Anzahl der Publikationen zum Thema des Besuchs von Papst Franziskus in Schweden in den polnischen Portalen nach dem Veröffentlichungsort und -art, N=10
Quelle: Newspoint

Die meisten geforschten Internetportale bedienen sich der Mitteilungen aus den Diensten PAP, KAI, RAI, ggf. RV, ohne ihre eigenen Korrespondenten zu senden. Somit ist die Aussage der veröffentlichten Inhalte am meisten neutral, es gibt keine ausgefeilten, publizistischen Analysen darunter. In den die Pilgerreise von Franziskus ansagenden Texten konzentrierte man sich auf die ökumenischen Inhalte und die Reformation³⁵. Materialien, die die Aussage und den Inhalt der

³⁵ Siehe [ohne Autor], *Watykan ogłosił program wizyty papieża w Szwecji*, 09.09.2016, in: <http://wiadomosci.onet.pl/swiat/watykan-oglosil-program-wizyty-papieza-w-szwecji/hsr7tk>, [Zugriff 15.03.2018].

päpstlichen Reden vertieften, wurden nicht veröffentlicht. 8/10 der Texte wurden während der päpstlichen Pilgerreise und einer danach veröffentlicht. Er enthielt den Pontifikat von Franziskus zusammenfassende Inhalte³⁶.

2. THEOLOGISCHE ANALYSE DER VERÖFFENTLICHTEN INHALTE

Die meisten Nachrichten bezüglich der päpstlichen Pilgereisen waren Agenturnachrichten, am häufigsten nach der Katholischen Informationsagentur (KAI), der Polnischen Nachrichtenagentur (PAP) und der Rundfunkinformationsagentur (RAI) veröffentlicht. Ihre Anzahl beträgt 1099 von 1580, was 69,6% der gesamten Informationen darstellt. Es sind Inhalte, die ohne Angabe des Autors und dupliziert veröffentlicht werden. Die gleiche Nachricht erscheint in mehreren Internetportalen. Die Nachrichtenagenturen konzentrieren sich fast ausschließlich auf neutrale Nachrichten und auf päpstliche Pilgerreisen werden keine dedizierten Journalisten entsandt. Dies geschieht aus finanziellen Gründen und auch wegen keinem größeren Interesse für die Pilgerreisen. Kontroverse Nachrichten sind jedoch Domäne der Portale mit Charakter einer Boulevardzeitung, somit bei den analysierten Portalen sind das: www.fakt.pl sowie www.o2.pl. Die Agenturmitteilungen informieren über die gegebenen Ereignisse, sie kommentieren sie allerdings selten. Eine Ausnahme sind Mitteilungen des Typs Dossier oder ein Ereignis analysierende Berichte. Unter den Publikationen beziehen sich die meisten auf Organisationsangelegenheiten oder auf Sachen, die nicht direkt mit dem Inhalt der päpstlichen Lehre zusammenhängen³⁷.

Die erste apostolische Reise von Papst Franziskus fand im Jahre 2016 nach Kuba und Mexiko vom 12. bis zum 17. Februar 2016 statt. Am 12. Februar fand das erste in der Geschichte Treffen des Oberhauptes der katholischen Kirche mit dem Vorsteher der russisch-orthodoxen Kirche, dem Patriarchen von Moskau und der ganzen Rus Kyrill am Flughafen in Havanna statt. Das Treffen endete mit Unterzeichnung der katholisch-orthodoxen Gemeinsamen Erklärung, in der die beiden Kirchenvorsteher feststellen, dass die Katholiken und Russisch-Orthodoxen

³⁶ Siehe [ohne Autor], *Papież: Kościół to nie drużyna piłkarska, która zabiega o kibiców*, 18.11.2016, in: <http://wiadomosci.onet.pl/swiat/papiez-kosciol-to-nie-druzyna-pilkarska-ktora-zabiega-o-kibicow/srgcmd>, [Zugriff 15.03.2018].

³⁷ Siehe J. Biedrzycki, *Auto-homoterroryzm prawicy*, 22.06.2016, in: <http://wiadomosci.onet.pl/kraj/auto-homoterroryzm-prawicy/4gsx8h>, [Zugriff 15.03.2018].

aufgerufen sind, brüderlich in der Verkündigung der Frohen Botschaft über die Erlösung zusammenzuarbeiten und gemeinsam von der Würde und von der authentischen Freiheit des Menschen zu zeugen, damit die Welt glaubt. Sowohl Kyrill als auch Franziskus drückten ihre Freude über die durchgeführten „ehrlichen und offenen“ Gespräche aus und betonten, dass beide Kirchen zum Wohl der Christen und der ganzen Welt miteinander zusammenarbeiten können. Somit wurden in den Publikationen ökumenische Aktionen für die Einheit der Christen betont. Unter dem Motto „Missionar der Barmherzigkeit und des Friedens“ hielt sich Franziskus in Mexiko auf – im Lande, wo 90% der Gesellschaft sich zum Katholizismus bekennt. Die Pilgerreise bestand aus: heilige Messen in der Basilika Unserer Lieben Frau von Guadalupe, in Ecatepec, für Indianer aus dem Bundesstaat Chiapas in San Cristóbal de Las Casas und in Ciudad Juárez, Treffen mit Familien in Tuxtla Gutiérrez, mit der Jugend in Morelia und mit Arbeitern in Ciudad Juárez, Besuch des Federico-Gómez-Kinderkrankenhauses in der Stadt Mexiko und des Gefängnisses in Ciudad Juárez. In sechs Tagen war der Papst in sechs Städten. Heiliger Vater besuchte eines der am meisten katholischen Länder der Welt und gleichzeitig sog. „Peripherien der Welt“, indem er sich mit den in die Randgruppen verdrängten Menschen traf. Im Zusammenhang mit dem Jubiläum der Barmherzigkeit sprach er die sozialen Probleme an, die nicht nur Mexiko sondern auch andere Regionen der Welt betreffen: Armut, die zur Gewalt führt, Drogenhandel und Drogensucht, Korruption, Torturen, organisierte Kriminalität, Menschenhandel und Migration. Insbesondere waren diese letzten Fragen und die Kirchenlehre zu diesen Themen der Gegenstand der Publikationen³⁸.

³⁸ Siehe [ohne Autor], *Historyczne spotkanie papieża z patriarchą moskiewskim*, 11.02.2016, in: <http://fakty.interia.pl/swiat/news-historyczne-spotkanie-papieza-z-patriarcha-moskiewskim,nId,2143675>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *Franciszek i Cyryl: niech Europa będzie wierna chrześcijańskim korzeniom*, 12.02.2016, in: <http://wiadomosci.gazeta.pl/wiadomosci/1,114871,19621038,franciszek-i-cyryl-niech-europa-bedzie-wierna-chrzescijanskim.html>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *Historyczne spotkanie papieża Franciszka z patriarchą Cyrylem*, 12.02.2016, in: <http://fakty.interia.pl/swiat/news-historyczne-spotkanie-papieza-franciszka-z-patriarcha-cyryle,nId,2145388>, [Zugriff 01.03.2016]; [ohne Autor], *Papież w Meksyku. Mówił o korupcji, przemocy, handlu narkotykami*, 11.02.2016, in: <http://wiadomosci.onet.pl/swiat/papiez-w-meksyku-mowil-o-korupcji-przemocy-handlu-narkotykami/mrmfc0>, [Zugriff 15.03.2018].; [ohne Autor], *Papież w szpitalu w Meksyku*, 18.02.2016, in: <http://www.fakt.pl/swiat/papiez-franciszek-w-szpitalu-w-meksyku,artykuly,611128.html>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *Meksyk. Papież prosi Indian o przebaczenie za krzywdy, których doznali*, 15.02.2016, in:

Die eintägige apostolische Reise von Papst Franziskus nach Griechenland fand am 16. April 2016 statt und umfasste die Insel Lesbos. Während des fünfstündigen Besuchs besuchte er zusammen mit dem Patriarchen von Konstantinopel Bartholomäus I. und dem russisch-orthodoxen Erzbischof von Athen und ganz Griechenland Hieronymos II. das sich dort befindende Flüchtlingslager. Sie unterschrieben eine gemeinsame Erklärung über Zusammenarbeit sowie beteten für die, die im Ägäischen Meer bei der Überquerung nach Griechenland ertranken. Bei diesem Besuch riefen die religiösen Vorsteher die Flüchtlinge auf, die Hoffnung nicht zu verlieren. In einer gemeinsamen Erklärung riefen sie die Welt zur Reaktion auf, um sich der humanitären Krise im Zusammenhang mit dieser Menschengruppe und ihren Ursachen zu stellen. Der Papst wies auf die Notwendigkeit einer weit reichenden Politik und nicht von einseitigen und Übergangsaktionen auf. Er gab zu, die mit der Flüchtlingskrise zusammenhängende Furcht der Institutionen, der Menschen in Griechenland und anderen Ländern Europas sei nachvollziehbar und begründet. Er appellierte, dass man trotz dieser Furcht nicht vergaß, dass die Migranten keine „Zahlen, sondern Personen, Gesichter, Namen, Geschichten sind“. Bei der Rückkehr nach Rom nahm er drei syrische Familien mit sich. Neben dieser Geste wurden in den Portalen ökumenische Inhalte und auch die evangelische Hilfe den Ausgeschlossenen umfangreich beschrieben³⁹.

<http://wiadomosci.gazeta.pl/wiadomosci/1,114877,19630578,meksyk-papiez-prosi-indian-o-przebaczenie-za-krzywdy-ktorych.html>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *Meksyk. Papież: nie popadać w rezygnację w obliczu gangów i przemocy*, 16.02.2016, in: <http://wiadomosci.gazeta.pl/wiadomosci/1,114877,19636172,meksyk-papiez-nie-popadac-w-rezygnacje-w-obliczu-gangow-i-przemocy.html>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *Papież zakończył wizytę w Meksyku i wraca do Rzymu*, 18.02.2016, in: <http://wiadomosci.gazeta.pl/wiadomosci/1,114871,19642683,papiez-zakonczy-wizyte-w-meksyku-i-wraca-do-rzymu.html>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *Meksyk: Po raz pierwszy papież odprawił mszę na granicy dwóch państw*, 18.02.2016, in: <http://fakty.interia.pl/swiat/news-meksyk-po-raz-pierwszy-papiez-odprawil-msze-na-granicy-dwoch,nId,2147198>, [Zugriff 01.03.2016]; [ohne Autor], *Papież zakończył wizytę w Meksyku i wraca do Rzymu*, 18.02.2016, in: <http://wiadomosci.onet.pl/swiat/papiez-zakonczy-wizyte-w-meksyku-i-wraca-do-rzymu/8qbv7d>, [Zugriff 01.03.2016]; [ohne Autor], *Papież wspomina spotkanie z Cyrylem i apeluje o zniesienie kary śmierci*, 21.02.2016, in: <http://wiadomosci.wp.pl/kat,1356,wid,18174771,martykul.html>, [Zugriff 15.03.2018].

³⁹ Siehe [ohne Autor], *Papież, Bartłomiej i Hieronim podpisali deklarację ws. migrantów*, 16.04.2016, in: <http://wiadomosci.wp.pl/kat,1356,title,Papiez-po-spotkaniu-z-uchodzcamiwidzialem-tyle-bolu,wid,18274373,wiadomosc.html>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *Papież wraca z Lesbos do Rzymu, na pokład samolotu zabrał 12 uchodźców*, 16.04.2016, in:

Die dritte apostolische Reise von Papst Franziskus war in der analysierten Zeit nach Armenien und fand vom 24. bis zum 26. Juni 2016 statt und sie verlief unter dem Motto „Besuch im ersten christlichen Land“. Das gemeinsame Gebet des Papstes und des Katholikos Karekin II. im Dom der Armenischen Apostolischen Kirche in Etschmiadsin, das Treffen mit den Zivilbehörden und dem diplomatischen Korps im Präsidentenpalast, der Besuch im Denkmalkomplex Zizernakaberd in Jerewan, heilige Messe mit tausenden von Gläubigern der armenisch-katholischen Kirche in Giumri, ökumenisches Treffen und Gebet um Frieden am Platz der Republik sowie Teilnahme an der Gottesliturgie der Armenischen Apostolischen Kirche in Jerewan waren Bestandteil des päpstlichen Besuchs in Armenien. Während des Besuchs wurden drei sehr wichtige theologische Themen angesprochen: Gedächtnis, Frieden sowie ökumenischer Dialog und Versöhnung, die ihren Platz in den Portalen fanden. Franziskus erwies seine Ehrerbietung den Vernichtungsopfern und dankte, dass das armenische Volk nach mehr als 100 Jahren nach den durch den Völkermord in Jahren 1915–1917 verursachten Zerstörungen und den sowjetischen Zeiten seine christliche Identität bewahrte. Wieder nannte er Metz Yeghégn – Großes Böse, d. h. das Blutbad von 1,5 Mio. Armeniern „Völkermord“. Sowohl Armenier als auch Publizisten nahmen den päpstlichen Aufruf zur Versöhnung zwischen dem armenischen und türkischen Volk und dass der Frieden auch in Bergkarabach kommt, wo seit mehr als

<http://wiadomosci.onet.pl/swiat/papiez-wraca-z-lesbos-do-rzymu-na-poklad-samolotu-zabral-12-uchodzcow/h3wwmq>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *Papież: przybyłem na Lesbos, by zwrócić uwagę na kryzys humanitarny*, 16.04.2016, in: <http://wiadomosci.wp.pl/kat,1356,wid,18273474,martykul.html>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *Papież po spotkaniu z uchodźcami: widziałem tyle bólu*, 17.04.2016, in: <http://wiadomosci.wp.pl/kat,1356,title,Papiez-po-spotkaniu-z-uchodzcami-widzialem-tyle-bolu,wid,18274373,wiadomosc.html>, [Zugriff 15.03.2018]; T. Cylka, *Polscy biskupi w cieniu papieża Franciszka. Czy każda parafia przyjmie jedną rodzinę?*, 18.04.2016, in: <http://gazeta.pl/1,75398,19934458,polscy-biskupi-w-cieniu-papieza-franciszka-czy-kazda-parafia.html>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *Grecja: starcia w obozie dla migrantów na Lesbos*, 26.04.2016, in: <http://wiadomosci.onet.pl/swiat/grecja-starcia-w-obozie-dla-migrantow-na-lesbos/3j3zny>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *Mini szczyt o Europie*, 06.05.2016, in: <http://fakty.interia.pl/swiat/news-miniszczyt-o-europie-w-zwiazku-z-nagroda-karola-wielkiego-dl,nId,2197551>, [Zugriff 15.03.2018]; T. Bielecki, *Papież zabiera uchodźców*, 18.04.2016, in: <http://wyborcza.pl/1,75399,19934589,papiez-zabiera-uchodzcow.html?disableRedirects=true>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *Niezwykłe gesty papieża Franciszka: normalność jako styl pontyfikatu*, 26.05.2016, in: <http://wiadomosci.onet.pl/swiat/niezwykle-gesty-papieza-franciszka-normalnosc-jako-styl-pontyfikatu/09yzx6>, [Zugriff 15.03.2018].

30 Jahren der Konflikt von Armenien mit Aserbaidschan dauert, an. Während des Besuchs zeigten Franziskus sowie der Vorsteher der Armenischen Apostolischen Kirche Karekin II., dass die Beziehungen zwischen den Kirchen Modellbeziehungen sind, wofür ein Beweis war u. a. die Tatsache, dass der Papst im Apostolischen Palast, dem Sitz des Katholikos in Etschmiadsin beherbergte, und während der Gottesliturgie der Name des Papstes zweimal erwähnt wurde, was ein beispielloses Ereignis war, wie es Kommentatoren in den Portalen betonten⁴⁰.

Die apostolische Reise von Papst Franziskus nach Polen fand vom 27. bis zum 31. Juli 2016 statt. Der Besuch von Papst Franziskus in Polen dauerte fünf Tage. Sein Aufenthalt war hauptsächlich mit dem Weltjugendtag in Krakau verbunden, der unter dem Motto „Gesegnet die Barmherzigen, denn sie die Barmherzigkeit erlangen“ verliefen und die in den Diözesen und Orden seit dem 20. Juli dauerten. Ferner gedachte Franziskus auf dem Jasna Góra 1050. Jahrestag der Taufe Polens, betete in ergreifenden Stille auf dem Gelände des ehemaligen deutschen Konzentrationslagers Auschwitz-Birkenau und besuchte kranke Kinder in einem Krakauer Krankenhaus. Während der hl. Messe zum Abschluss des WJT ermutigte er die Jugend aus allen Kontinenten, das Evangelium sei ihr „Navigator“ auf ihren Lebenswegen. Franziskus sprach zu den Jugendlichen nicht nur während hl. Messe und des Kreuzweges, sondern auch aus dem sog. päpstlichen Fenster in ul. Franciszkańska und er richtete an die Zuhörer konkrete Ratschläge und Hinweise übers Leben, die Ehe, die Krankheit, das Vergehen und das Leiden. Der Weltjugendtag wurde von Katechesen begleitet, die in 33 Sprachen von Bischöfen aus verschiedenen Regionen der Welt geführt waren. Tanzvorstellungen, Spektakel, Sportspiele,

⁴⁰ Siehe [ohne Autor], *Franciszek o rzeziach Ormian dokonanych przez imperium osmańskie: to ludobójstwo*, 24.06.2016, in: <http://wiadomosci.wp.pl/kat,1356,wid,18395819,martykul.html>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *Papież nazwał rzeź Ormian ludobójstwem*, 25.06.2016, in: <http://wiadomosci.onet.pl/swiat/papiez-nazwal-rzez-ormian-ludobojstwem/99s695>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *Papież o sytuacji w Europie. Wojna już tu jest*, 27.06.2016, in: <http://www.fakt.pl/wydarzenia/polityka/papiez-o-sytuacji-w-europie-ostro/htr804>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *Papież nazwał rzeź Ormian ludobójstwem*, 27.06.2016, in: <http://wiadomosci.onet.pl/swiat/papiez-nazwal-rzez-ormian-ludobojstwem/99s695>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *Watykan odrzuca turecką krytykę słów papieża o ludobójstwie Ormian*, 27.06.2016, in: <http://wiadomosci.wp.pl/kat,1356,title,Watykan-odrzuca-turecka-krytyke-slow-papieza-o-ludobojstwie-Ormian,wid,18397036,wiadomosc.html>, [Zugriff 15.03.2018]; M. Makowski, *Polka za murami Watykanu. Niezwykłe życie u boku dwóch papieży*, 28.06.2016, in: <http://kobieta.onet.pl/dziecko/wychowanie/polka-za-murami-watykanu-niezwykłe-zycie-u-boku-dwoch-papiezy/kh85pj>, [Zugriff 15.03.2018].

Filmvorführungen, Konferenzen und Evangelisierungstreffen in den Kirchen waren Bestandteil des Festivals der Jugend. In einigen Dutzenden Orten in Krakau und der Gegend fanden rund 250 Bildungs-, Kultur- und Sportereignisse statt, vorbereitet von vielen bekannten christlichen Künstlern aus der ganzen Welt⁴¹.

⁴¹ Beispielhafte Nachrichten aus den 1420 analysierten zum Thema der päpstlichen Pilgerreise nach Polen: Siehe [ohne Autor], *Papież tuż przed wyjściem do okna na Franciszkańskiej 3*, 27.07.2016, in: <http://wiadomosci.wp.pl/kat,1342,wid,18442731,martykul.html>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *ŚDM w Krakowie. Papież Franciszek: naród polski może liczyć na współpracę Kościoła*, 27.07.2016, in: <http://wiadomosci.wp.pl/kat,1342,title,SDM-w-Krakowie-Papiez-Franciszek-narod-polski-moze-liczyc-na-wspolprace-Kosciola,wid,18442159,wiadomosc.html>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *Siostra Chmielewska z synem w tramwaju z papieżem*, 28.07.2016, in: <http://www.fakt.pl/wydarzenia/polska/sdm-krakow-siostra-chmielewska-z-synem-w-tramwaju-z-papiezem/wmdc416>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *Wystąpienie papieża Franciszka wygłoszone na krakowskich Błoniach 28 lipca*, 28.07.2016, in: <http://fakty.interia.pl/raporty/raport-swiatowe-dni-mlodziezy-krakow-2016/czwartek/news-wystapienie-papieza-franciszka-wygloszone-na-krakowskich-blo,nId,2243370>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *Biskupi skomentowali homilię papieża. "Pierwszym uczuciem jest radość"*, 28.07.2016, in: <http://fakty.interia.pl/raporty/raport-swiatowe-dni-mlodziezy-krakow-2016/czwartek/news-biskupi-skomentowali-homilie-papieza-pierwszym-uczuciem-jest,nId,2243276>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *Pomyłka w tłumaczeniu słów Franciszka. "Hałasujcie całą noc!"*, 28.07.2016, in: <http://wiadomosci.onet.pl/kraj/sdm-2016-slowa-papieza-franciszka-blednie-przetlumaczone/2qjjfj>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *Papież Franciszek odprawił mszę na Jasnej Górze. Kilka tysięcy wiernych.*, 28.07.2016, in: <http://wiadomosci.wp.pl/gid,18442994,kat,7631,mgaleria.html>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *ŚDM 2016 w Krakowie. Papież Franciszek przemówił do zgromadzonych*, 29.07.2016, in: <http://www.fakt.pl/wydarzenia/polska/krakow/sdm-2016-w-krakowie-tlumy-pod-oknem-papieza-franciszka-relacja-na-zywo/qx05ndp>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *Papież: Okrucieństwo nie skończyło się w Auschwitz-Birkenau, istnieje także i dziś*, 29.07.2016, in: <http://fakty.interia.pl/raporty/raport-swiatowe-dni-mlodziezy-krakow-2016/aktualnosci/news-papiez-okrucienstwo-nie-skonczylo-sie-w-auschwitz-birkenau-i,nId,2244071>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *Na krakowskich Błoniach odbyła się Droga Krzyżowa*, 29.07.2016, in: <http://wiadomosci.onet.pl/krakow/sdm-2016-w-krakowie-na-bloniach-odbywa-sie-droga-krzyzowa/eb4gtx>, [Zugriff 15.03.2018]; M. Suchan, *"Przebiegły plan papieża Franciszka". Co papież chce przekazać młodym?*, 30.07.2016, in: <http://wiadomosci.onet.pl/kraj/przebiegly-plan-papieza-franciszka-co-papiez-chce-przekazac-mlodym/jnh04y>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *Papież odprawił mszę św. w Sanktuarium św. Jana Pawła II*, 30.07.2016, in: <http://wiadomosci.onet.pl/krakow/sdm-2016-papiez-franciszek-msza-w-sanktuarium-sw-jana-pawla-ii/lpy28v>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *Papież na Campus Misericordiae*, 30.07.2016, in: <http://wiadomosci.wp.pl/kat,1329,title,Papiez-na-Campus-Misericordiae,wid,18447229,martykul.html>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *Franciszek dziękuje: Napelniliście Kraków entuzjazmem waszej wiary*, 31.07.2016, in: <http://fakty.interia.pl/raporty/raport-swiatowe-dni-mlodziezy-krakow-2016/niedziela/>

Die apostolische Reise von Papst Franziskus nach Georgien und Aserbaid-schan fand vom 30. September bis zum 2. Oktober 2016 statt. Sie war die fünfte im analysierten Jahr. Treffen mit dem russisch-orthodoxen Katholikos – dem Patriarchen von ganz Georgien Ilia II., hl. Messe auf dem Micheil-Meschi-Stadion in

news-franciszek-dziekuje-napelniliscie-krakow-entuzjazmem-waszej-,nId,2244432, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *Gorące komentarze po decyzji papieża Franciszka*, 31.07.2016, in: <http://www.fakt.pl/www.fakt.pl/wydarzenia/polska/swiatowe-dni-mlodziezy-nastepne-sdm-w-panamie-w-2019-roku/n6rh3tl>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *Papież Franciszek żegnany w strugach deszczu*, 01.08.2016, in: <http://wiadomosci.onet.pl/krakow/sdm-2016-papiez-franciszek-w-balicach-zegnany-był-w-strugach-deszczu/6jw0mr>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *Prymas: papież pokazał chrześcijańskie miłosierdzie wobec uchodźcy*, 01.08.2016, in: <http://fakty.interia.pl/raporty/raport-swiatowe-dni-mlodziezy-krakow-2016/komentarze/news-prymas-papiez-pokazal-chrzescijanskie-milosierdzie-wobec-uch,nId,2244857>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *Przesłanie papieża Franciszka po Światowych Dniach Młodzieży*, 01.08.2016, in: <http://wiadomosci.wp.pl/gid,18448829,kat,title,Przeslanie-pap-ieza-Franciszka-po-Swiatowych-Dniach-Mlodziezy,galeria.html>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *Papież Franciszek wybrał najlepszego piłkarza*, 01.08.2016, in: <http://ofsajd.onet.pl/plotki/papiez-franciszek-wybral-najlepszego-pilkarza/hec1x8>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *ŚDM: 300 tys. pielgrzymów wyjechało w niedzielę pociągami z Krakowa*, 01.08.2016, in: <http://biznes.onet.pl/wiadomosci/kraj/sdm-300-tys-pielgrzymow-wyjechalo-w-niedziele-pociagami-z-krakowa/zgtdnn>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *Co warto wiedzieć o Panamie – następnym gospodarzu ŚDM?*, 03.08.2016, in: <http://wiadomosci.onet.pl/kraj/co-warto-wiedziec-o-panamie-nastepnym-gospodarzu-sdm/r7s56j>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *Młodzieżowy język papieża*, 03.08.2016, in: <http://wiadomosci.wp.pl/gid,18449239,gpage,6,img,18449422,kat,1342,title,Zagraniczne-komentarze-po-wizycie-papieza-Franciszka-w-Polsce,galeria.html>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *Witold Waszczykowski dla WP: gdyby Franciszek poruszył sprawę Smoleńska, to były olbrzymi sukces*, 03.08.2016, in: <http://wiadomosci.wp.pl/kat,1342,wid,18448911,martykul.html>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *Abp Gądecki dziękuje prezydentowi Andrzejowi Dudzie za udział w ŚDM*, 04.08.2016, in: <http://wiadomosci.onet.pl/kraj/abp-gadecki-dziekuje-prezydentowi-andrzejowi-dudzie-za-udzial-w-sdm/9nq4bq>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *Listy gratulacyjne dla polskich służb*, 06.08.2016, in: <http://fakty.interia.pl/raporty/raport-swiatowe-dni-mlodziezy-krakow-2016/aktualnosci/news-listy-gratulacyjne-dla-polskich-sluzb-zabezpieczajacych-sdm-,nId,2247668>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *Papież w Auschwitz. Stary człowiek daje mu to zdjęcie. "Chłopiec w trzecim rządzie prych to ja"*, 15.09.2016, in: <http://weekend.gazeta.pl/weekend/1,152121,20683847,papiez-w-auschwitz-stary-czlowiek-daje-mu-to-zdjecie-chlopiec.html>, [Zugriff 15.03.2018]; A. Szczepańska, *Narodowa pielgrzymka Polaków*, 21.10.2016, in: <http://fakty.interia.pl/religia/news-narodowa-pielgrzymka-polakow,nId,2294693>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *Rozpoczyna się cykl spotkań dla młodych po ŚDM*, 24.10.2016, in: <http://krakow.onet.pl/rozpoczyna-sie-cykl-spotkan-dla-mlodych-po-sdm/k7g65c>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *Rozpoczyna się cykl spotkań dla młodych po ŚDM*, 24.10.2016, in: <http://krakow.onet.pl/rozpoczyna-sie-cykl-spotkan-dla-mlodych-po-sdm/k7g65c>, [Zugriff 15.03.2018].

Tiflis, Treffen mit Priestern, Ordensschwestern und Ordensbrüdern in der Kirche der in den Himmel aufgefahrenen Gottesmutter und den Betreuten der kirchlichen karitativen Werke, darunter im karitativen Zentrum der Kamillianer in Tiflis sowie der Besuch in der Swetizchoweli-Kathedrale in Mzcheta waren die Hauptereignisse des apostolischen Besuchs von Franziskus in Georgien. Er verlief unter dem Motto „Frieden euch“. Die sechszehnte Auslandsreise des Papstes war die zweite Etappe seiner Reise nach Kaukasusländer. Im Juni war er in Armenien. Aus Tiflis begab er sich nach Aserbaidshan. Gemäß dem Motto der Pilgerreise kam der Papst nach Georgien mit einer Friedensmission. Im Zusammenhang mit dem Konflikt wegen der seit 2008 durch Russland besetzten Gebiete von Abchasien und Südossetien betete er und appellierte um friedliche Lösung der Konflikte sowie warnte, damit ethnische, sprachliche, religiöse und politische Unterschiede nicht als „Vorwand auszunutzen, Konflikte in endlose Tragödien umzuwandeln“. Ökumenismus und auch Theologie der Versöhnung und der Barmherzigkeit wurden in den diese Pilgerreise betreffenden und in den Portalen veröffentlichten Nachrichten betont. Franziskus, Fürsprecher des ökumenischen Friedens und der Versöhnung, erinnerte daran, dass trotz der Einschränkungen und unabhängig von sämtlichen späteren historischen und Kulturunterschieden sind die katholische Kirche und der russisch-orthodoxe Kirche Georgiens zur Einheit im Namen des Evangeliums aufgerufen.

Hl. Messe in der Unbefleckte-Maria-Kirche, Gespräche mit Behörden im Heydar-Aliyev-Zentrum sowie religionsübergreifende Gespräche mit Beteiligung des Scheichs von Kaukasus und der Vertreter anderer Religionsgemeinschaften des Landes waren die Hauptereignisse des zehnstündigen Besuchs von Franziskus am 2. Oktober in Aserbaidshan. Er verlief unter dem Motto: „Wir alle sind Brüder“. Nach Georgien war dieses Land die letzte Etappe des Papstes. Ähnlich wie in Armenien kam Franziskus nach Aserbaidshan mit der Friedensmission. Im Zusammenhang des seit 1993 dauernden Konflikts zwischen Aserbaidshan und Armenien wegen Bergkarabach ermutigte er alle, „Himmel und Erde in Bewegung zu setzen, um eine zufriedenstellende Lösung der existierenden Spannungen im Kaukasus zu erreichen“. Der zweite wichtige Aspekt des päpstlichen Besuchs war religionsübergreifender Dialog. Franziskus erinnerte daran, dass Gott für eigene partikulären Interessen und egoistische Ziele nicht gerufen werden darf und dass Er kein Fundamentalismus, Imperialismus oder Kolonialismus rechtfertigen

kann. In den veröffentlichten Texten tritt die Frage des Friedens und des religiös-übergreifenden Dialogs auf ⁴².

Weitere Auslandsreise von Franziskus vom 31. Oktober bis zum 1. November hatte ökumenischen Charakter und sie fand anlässlich der beginnenden Gedenkfeier zum 500. Jahrestag der Reformation und auch um des 50. Jahrestages des erfolgreichen katholisch-lutherischen Dialogs zu gedenken statt. Der Papst traf sich mit der einheimischen, aus mehreren Nationalitäten bestehenden katholischen Gemeinschaft, für die er hl. Messe in Malmö am Allerheiligentag lies. Während des Gottesdienstes in der lutherischen Kathedrale in Lund erinnerte der Papst an den Beitrag der aus der Reformation entstandenen Kirchen zur Anerkennung der Zentralstelle der Heiligen Schrift im Leben der Kirche. Er wies auf die Bedeutung der geistlichen Erfahrung von Martin Luther sowie der Lehre über Rechtfertigung hin, die der Kern des menschlichen Lebens vor Gott ausdrückt. Es wurde eine gemeinsame katholisch-lutherische Erklärung unterzeichnet. In der Sporthalle Malmö Arena fand unter dem Motto „Zusammen in der Hoffnung“ ein Gespräch statt, das der zweite Teil der gemeinsamen Gedenkfeier zur Eröffnung des Reformationsjubiläums bildete. In der Rede dankte der Papst den Regierungen, die den Flüchtlingen und Asylbewerbern helfen. Anschließend wurde die Intentionserklärung zwischen Caritas Internationalis und der Abteilung für die Dienst für die Welt des Lutherischen Weltverbunds unter dem Titel „Zusammen in der Hoffnung“. Am 1. November traf sich Franziskus mit den Katholiken und lies für sie heilige Messe auf dem Stadion Swedbank in Malmö. In der Homilie sprach

⁴² Sieh [ohne Autor], *Papież Franciszek już w Gruzji*, 30.09.2016, in: <http://wiadomosci.wp.pl/kat,1356,wid,18525229,martykul.html>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *Papież Franciszek w Gruzji: trwa wojna światowa, by zniszczyć małżeństwo*, 01.10.2016, in: <http://wiadomosci.wp.pl/kat,1356,wid,18526755,martykul.html>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *Papież w Azerbejdżanie o słowach Jana Pawła II*, 02.10.2016, in: <http://fakty.interia.pl/swiat/news-papiez-w-azerbejdżanie-o-słowach-jana-pawla-ii,nId,2284202>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *Franciszek w Azerbejdżanie*, 02.10.2016, in: <http://fakty.interia.pl/galerie/swiat/zdjecie,iId,2158902,iAId,215387>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *Franciszek komentuje nie wypełnienie testamentu Jana Pawła II*, 03.10.2016, in: <http://wiadomosci.wp.pl/kat,9972,wid,18527783,martykul.html>, [Zugriff 15.03.2018]; S. Wysocka, *Gruzja ma problem z Rosją*, 05.10.2016, in: <http://fakty.interia.pl/religia/news-franciszek-o-homoseksualistach-towarzyszylem-im-i-nigdy-nie-nId,2284267>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *Papież: starałem się wesprzeć narody Gruzji i Azerbejdżanu*, 05.10.2016, in: <http://wiadomosci.onet.pl/swiat/papiez-staralem-sie-wesprzec-narody-gruzji-i-azerbejdżanu/pkc6wt>, [Zugriff 15.03.2018].

Franziskus über die allgemeine Berufung zur Heiligkeit und wies auf die Aktualität der evangelischen Segen sowie dringende Notwendigkeit, nach der Einheit der Christen zu streben, hin. Einheit der Christen, ökumenische Bewegung, Theologie der Barmherzigkeit sind theologische Inhalte, die in den mit dieser Pilgerreise verbundenen Portalpublikationen bemerkbar sind⁴³.

Rund 70% der Publikationen in den analysierten Internetportalen über die päpstlichen Auslandsreisen im Jahre 2016 sind Mitteilungen von Nachrichtenagenturen. Es kommt vor, dass die Mitteilungen in verschiedenen Internetdiensten kopiert werden. Die päpstlichen Pilgerreisen hatten insbesondere im Jahre 2016 ökumenischen Charakter, sie waren mit dem religionsübergreifenden Dialog, den Flüchtlingen oder der Evangelisierung verbunden. Die in den Laienmedien veröffentlichten theologischen Inhalte waren somit mit Ekklesiologie, Theologie der Barmherzigkeit, Dialog, Ökumenismus und religionsübergreifendem Dialog verbunden. Man konzentrierte sich darin auf der Darstellung der überzeugenden Kirche, die nach Papst Franziskus eine solche wird, wenn sie beginnt, mit Sorge um den Menschen, insbesondere um den ausgeschlossenen und ausgeschiedenen zu leben.

3. PASTORALE SCHLUSSFOLGERUNGEN

Die erste Papstbotschaft zum Welttag der Massenmedien wurde nach dem 2. Vatikanischen Konzil im Jahre 1967 vom Papst Paulus VI. veröffentlicht. Die mit neuen Medien, darunter mit den Portalen zusammenhängenden Inhalte wurden darin allerdings erst ab 1990 aufgenommen. Es war sowieso eine schnelle Reaktion

⁴³ Siehe [ohne Autor], *Niemcy świętują 500-lecie Reformacji*, 31.10.2016, in: <http://fakty.interia.pl/religia/news-niemcy-swietuja-500-lecie-reformacji,nId,2299221>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *Papież w protestanckiej Szwecji mówił o reformacji*, 01.11.2016, in: <http://fakty.interia.pl/swiat/news-papiez-w-protestanckiej-szwecji-mowil-o-reformacji,nId,2299342>, [Zugriff 15.03.2018]; [Bez autora], *Papież Franciszek w podróży do Szwecji*, 31.10.2016, in: <http://wiadomosci.onet.pl/swiat/papiez-franciszek-w-podrozy-do-szwecji/6d3g07>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *Papież odprawił mszę dla 15 tysięcy wiernych na stadionie w Malmoe*, 01.11.2016, in: <http://wiadomosci.wp.pl/kat,1356,wid,18567625,martykul.html>, [Zugriff 15.03.2018]; [ohne Autor], *Papież: Kościół to nie drużyna piłkarska, która zabiega o kibiców*, 18.11.2016, in: <http://wiadomosci.onet.pl/swiat/papiez-kosciol-to-nie-druzyna-pilkarska-ktora-zabiega-o-kibicow/srgmd>, [Zugriff 15.03.2018]. Umfangreicher sind die Pilgerreisen von Papst Franziskus in KAI beschrieben.

aufs Erscheinen des Internets, das ein Hauptträger neuer Medien ist. Johannes Paul II sprach sie immer öfter in seinen Botschaften direkt an, was zu einer Regel ab 2009, d. h. ab den Pontifikaten von Benedikt XVI. und dann von Franziskus wurde. Mit der Zeit begannen zusammen mit der Entwicklung der Digital- und Medientechnik folgende Begriffe in den analysierten Botschaften zu erscheinen: „neue Medien“, „Globalisierung“, „Mobiltelefone“, „Cyberspace“, „SMS“. Die Päpste wiesen immer auf die Rolle dieser Medien in der Gestaltung der heutigen Zivilisation hin, sowohl auf die Chance, die dieser Raum gibt, als auch auf die Gefahren. Sie wiesen auf die Notwendigkeit der christlichen Formation sowohl der Sender als auch der Empfänger. Sie glaubten, sie sind zur Evangelisierung und einer gewissenhaften ekklesischen Information zu nutzen. Neue Medien sollen ein gegenwärtiger Areopag werden, ein Ort des Treffens, in der Dialogkultur, auch für Menschen unterschiedlicher Religionen und Kulturen. Sie sind eine Chance für die Vertiefung der Bindungen, jedoch auch eine Gefahr.

Die Anwesenheit der Gemeinschaft der Kirche und ihrer Institution im virtuellen Raum, insbesondere im Laienraum, ist notwendig und sogar unerlässlich, um die Evangelisierung mithilfe aller verfügbaren Mittel zu führen. Internet kann als vielschichtiger Raum sowohl ein Ort des Gedankenaustauschs, der Evangelisierung, als auch ein Werkzeug der Verkündung von Evangelium werden. J. Kloch erhebt eine Forderung, das Internet auch als Werkzeug der Evangelisierung zu nutzen. Er glaubt, die Kirche, ihre partikulären Gemeinschaften und Institutionen sollen dieses Werkzeug zur Verkündung der Frohen Botschaft (Evangelisierung, Katechesen, Information), zum Heiligen (Bibel, Gebet, Exerzitien, Informationen über Pilgerreisen), zum Verbreiten der Wohltätigkeit (Sozialhilfe, Freiwilligendienst, Zusammenarbeit, Bilden der Gemeinschaft um die Initiative) und zum Lehren (theologische Reflexion, Bildung der ekklesischen Gemeinschaft)⁴⁴.

Obwohl die Reichweite der christlichen Internetportale nicht groß ist, wird die Kirchenlehre darin dargestellt. In den Laienportalen sind jedoch die Kirche und die Kirchenlehre schwach anwesend. Die Frage der Erlangung der Daten ist erwähnenswert. Die meisten Nachrichten in den analysierten Portalen (www.onet.pl; www.wp.pl; www.interia.pl; www.gazeta.pl; www.o2.pl; www.fakt.pl) wurden während der jeweiligen päpstlichen Pilgerreise und die übrigen bis 10 Tage davor und 10 Tage danach, obwohl in einigen Fällen es nur drei Tage waren,

⁴⁴ Siehe J. Kloch, *Kościół w Polsce wobec Web 2.0*, Kielce 2013, S. 209–278.

veröffentlicht. Die die jeweilige Pilgerreise betreffenden Informationen „lebten“ somit ein paar Tage in den am meisten meinungsbildenden Portalen und zudem gab es wenig davon, denn im Durchschnitt weniger als 35 je apostolischer Besuch (32), ohne die Pilgerreise von Papst Franziskus nach Polen zu rechnen. Darunter gab es auch solche, z. B. betreffen Schweden oder Aserbaidschan, wo die Benachrichtigung über die päpstliche Pilgerreise sehr gering war bzw. mit der Beendigung der Pilgerreise zusammenfiel. Es wurde noch kein Werkzeug bearbeitet, das prüfen lässt, wie lange die jeweilige Nachricht auf der Hauptseite bleibt. Möglicherweise waren es nur Stunden oder Minuten. Am meisten wurden kopierte Agenturnachrichten ohne Kommentar veröffentlicht. Eine Ausnahme waren hier die Portale, die mit den katholischen Redaktionen eng zusammenarbeiten. Die engste Zusammenarbeit nahm der Portal www.onet.pl mit „Tygodnik Powszechny“ auf. Das Portal www.interia.pl nutzte manchmal die Texte von „Przewodnik Katolicki“. In diesen Portalen kann man die meisten theologische Besprechungen und breitere Übermittlung der päpstlichen Lehre sehen. Es scheint, es sei der richtige Weg, damit so viele wie möglich mit dem Leben der Kirche verbundenen Informationen in den Internetmedien veröffentlicht werden und damit sie zuverlässig dargestellt werden. Um zur Veröffentlichung solcher Inhalte in diesen Portalen zu führen, müssen sie den Redaktionen zur Verfügung gestellt werden. Die Redaktionen sollen auch eine enge Zusammenarbeit mit bestimmtem katholischen Medium bzw. einem Theologen – Journalisten gewährleisten haben.

Es lohnt sich, dass die zentralen Kircheninstitutionen wie Nachrichtenbüro der Polnischen Bischofskonferenz oder der Pressesprecher der Apostolischen Nuntiatur eine Gruppe Menschen bilden würden, die sich mehr um die Anwesenheit der Kirche in den Medien durch Erstellung von die päpstlichen Pilgerreisen vorbereitenden bzw. zusammenfassenden Texten kümmern möchten. Wichtig, dass die Texte kommunikativ für den Empfänger sind und dass sie gemäß den Regeln des Internetjournalismus vorbereitet werden. Es können Laienfreiwilligen tun, den es lohnt sich, zu vertrauen und diesen Teil der Funktion der Kirche als den zu überlassen, die besser damit umgehen können. Die Redaktionen, die fertige Mitteilungen, Besprechungen erhalten, werden ein Werkzeug haben sie zu nutzen. Ein Teil davon nutzt keine Informationen von KAI aufgrund der Gebührenpflicht.

Gemäß der Forderung von J. Kłoch ist eine breitere Anwesenheit der Kirche in den Internet- und Laienmedien möglich. Durch die Zusammenarbeit mit Internetmedien, die sich dafür interessieren, ist ihre noch breitere Nutzung möglich,

insbesondere zur Evangelisierung, zu Katechesen, zur Information, zur Verkündigung der ekklesischen Lehre zum jeweiligen Thema oder zum Bilden einer Gemeinschaft der Menschen, die sich an einer Initiative beteiligen möchten. Eine Voraussetzung scheint die Zusammenarbeit der Kirche mit diesen Medien und das Wirken der Menschen, die neue Medien nutzen können, zu sein. Die Pilgerreisen des Papstes, seine Lehre, Missionen, Engagement für ausgeschiedene Personen, Tätigkeit der Jugend sind Themen, die ein positives Image der Kirche in neuen Medien bilden sollten.

Die Welt und die menschlichen Gewohnheiten ändern sich schnell. Zuerst erschienen unter den sozialen Kommunikationsmitteln Zeitschriften, Radio, Fernsehen und heute ist das Internet sowie neue Medien das am meisten verbreitete Medium, das rund 70% der polnischen Gesellschaft nutzt. Junge Leute lesen sporadisch Zeitschriften, hören Radio, am häufigsten sind sie stets „online“ anhand der Computer und der Mobilgeräte (Telefone, Tablets, Uhren, Handschuhe usw.). Neben den Internetmedien wie Internetseiten, sozialen Medien (Facebook, Twitter, Google+, Instagram oder Pinterest) spielen derzeit die größte Rolle die beliebtesten publizistischen Portale. Manche von ihnen erreichen mehr als 18,2 Mio. Leser monatlich, die das Portal auch ein paar Mal täglich lesen (www.onet.pl). In ihren Ressourcen sollen sich mit der Kirche, darunter auch mit den päpstlichen Pilgerreisen zusammenhängende Informationen befinden.

Aus den durchgeführten Forschungen geht es hervor, dass die päpstlichen Pilgerreisen kleines bzw. mittel kleines Interesse der Portale genossen. Aus den sechs päpstlichen Pilgerreisen (12.–17. Februar 2016 – Kuba, Mexiko; 16. April 2016 – Griechenland; 24.–26. Juni 2016 – Armenien; 27.–31. Juli 2016 – Polen; 30. September – 2. Oktober 2016 – Georgien, Aserbaidzhan; 31. Oktober – 1. November 2016 – Schweden) wurden 1580 Nachrichten veröffentlicht. Nach Abzug der mit der Pilgerreise nach Polen sind es lediglich 160, somit 32 Nachrichten im Durchschnitt je Pilgerreise. Die meisten Nachrichten waren nach der Katholischen Informationsagentur (KAI), der Polnischen Nachrichtenagentur (PAP), der Rundfunkinformationsagentur (RAI) und Radio Vatikan (RV) veröffentlicht. Ihre Anzahl beträgt 1099 von 1580, was 69,6% der gesamten, oft kopierten Informationen in verschiedenen Portalen darstellt. Die Zeit der Veröffentlichung entsprach meistens der Zeit der apostolischen Reise selbst. Manchmal wurde sie durch Ankündigungen bzw. Zusammenfassungen eingeleitet, am häufigsten wurden sie

jedoch nicht früher als 7 Tage veröffentlicht. Die sogenannte Lebensdauer einer päpstlichen Pilgerreise im Portal betrug durchschnittlich 7 Tage (so lange erschienen die Nachrichten zu diesem Thema, obwohl sie auf der Hauptseite nur für 2–3 Stunden anwesend waren) unter der Voraussetzung, dass die Pilgerreise überhaupt von der Redaktion des jeweiligen Portals bemerkt wurde. Der Anteil an negativen, positiven und neutralen Nachrichten war unter den Portalen www.onet.pl, www.interia.pl, www.wp.pl und www.gazeta.pl vergleichbar. Hingegen waren die Verhältnisse der negativen Nachrichten gegenüber den positiven und neutralen weniger panegyrisch in den Portalen www.fakt.pl i www.o2.pl.

Es scheint, dass die Zusammenarbeit mit den Internetmedien enger sein sollte. Die zentralen Institutionen der Kirche hätten bei der Vorbereitung der Informationen über die Tätigkeit der Kirche, bei der Zusammenarbeit mit den Laienredaktionen die Chance, ein positives Image zu kreieren sowie mehr Informationen oder theologischen Kommentaren zu veröffentlichen. Es ist wichtig, dass die Theologen, darunter Geistlichen, vorbereitet sind, sich der zu einem solchen Journalismus notwendigen Werkzeuge zu bedienen. Die Pilgerreisen des Papstes, seine Lehre, Missionen, Engagement für ausgeschiedene Personen, Tätigkeit der Jugend sind Themen, die ein positives Image der Kirche in neuen Medien bilden sollten.

Als Zusammenfassung und Antwort auf die Forschungshypothesen scheint es, dass die erste: „Die Medien in Polen informieren sachgemäß über die Auslandspilgerreisen von Papst Franziskus (quantitativ und qualitativ)“ unbestätigt ist. Die zweite: „Die Vorbereitung der Geistlichen zur Benutzung neuer Medien und zur Benachrichtigung über die mit der Kirche verbundenen Fragen ist sachgemäß“ ist unbestätigt; und die dritte: „Die Anzahl der Informationen und die Benachrichtigungsart über die Auslandspilgerreisen ist ungenügend“ bestätigt ist.

Bibliografie

A. Analysierte Dienste.

<https://www.fakt.pl>, [Jahr 2016].

<https://www.gazeta.pl>, [Jahr 2016].

<https://www.interia.pl>, [Jahr 2016].

<https://www.o2.pl>, [Jahr 2016].

<https://www.onet.pl>, [Jahr 2016].

<https://www.wp.pl>, [Jahr 2016].

B. Sonstige Publikationen:

- Benedikt XVI., *Orędzie na 43. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. Nowe technologie, nowe relacje. Trzeba rozpowszechniać kulturę szacunku, dialogu i przyjaźni*, 24. Januar 2009.
- Chudziński E. (Red.), *Słownik wiedzy o mediach*, Warszawa – Bielsko-Biała 2007.
- Franziskus I., *Orędzie na 50. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu Komunikacja i Miłosierdzie – owocne spotkanie*, 24. Januar 2016.
- Franziskus I., *Orędzie na 52. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu «Prawda was wyzwoli» (J 8, 32). Fake news a dziennikarstwo pokoju*, 24. Januar 2018.
- Johannes Paul II., *Orędzie na 24. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu, Misja Kościoła w erze komputerów*, 24. Januar 1990.
- Kloch J., *Kościół w Polsce wobec Web 2.0*, Kielce 2013.
- Wrzos M., *Zagraniczne podróże apostołskie, w tym misyjne, papieża Franciszka w najważniejszych krajowych portalach internetowych, cz. I (lata 2013–2014)*, in: „Kultura-Media-Teologia”, 1 (28) 2017, S. 111–141.
- Wrzos M., *Zagraniczne podróże apostołskie, w tym misyjne, papieża Franciszka w najważniejszych krajowych portalach internetowych, cz. II (rok 2015)*; in: „Kultura-Media-Teologia”, 4 (31) 2017, S. 140–179.

Biogramm

Marcin Wrzos OMI (geb. 1977), Priester, Missionar Oblate der Makellosen Jungfrau Maria; Doktor der Theologie im Fachgebiet Missionswissenschaft und Theologie der sozialen Kommunikationsmittel UKSW (2013), er absolvierte das Studium in politischen Wissenschaften und Journalismus UAM (2008) sowie Polonistik UJ (2016). Autor von Artikeln über Missionen in den sozialen Kommunikationsmitteln sowie über Nutzung der sozialen Kommunikationsmittel in Missionen. Er forscht die Anwesenheit der Kirche im Internet. Autor von vier Buchpublikationen: „Polskie czasopisma misyjne po II wojnie światowej. Studium misjologiczno-prasoznawcze“, „Bibliografia polskich czasopism misyjnych. Lata 1945–2013“, „Oblates missionary press in Europe“ (Redakteur) und „Główne idee teologiczne, historia i funkcje obłackiego czasopiśmiennictwa misyjnego w Polsce (1926–2016)“ sowie von mehr als zehn wissenschaftlichen Artikeln. Ei ist freier Mitarbeiter der Fakultäten für Theologie der Universitäten UAM und USz. Er leitet die Veröffentlichung von „Misyjne Drogi“ und das Internetportal misyjne.pl.

Michał Rakowski

Wyższa Szkoła Teologiczno-Humanistyczna w Podkowie Leśnej

Public relations w służbie Kościoła. Problematyka wykorzystania narzędzi PR przez mniejszości wyznaniowe w Polsce na podstawie działalności Kościoła Adwentystów Dnia Siódmego¹

Public Relations in the Church Ministry. The Issue of PR Tools Used by Religious Minorities in Poland Based on the Example of the Seventh Day Adventist Church

STRESZCZENIE:

W artykule prezentowane są badania poświęcone wykorzystaniu narzędzi public relations przez działający w Polsce związek wyznaniowy Adwentystów Dnia Siódmego. Zastosowano tu audyt komunikacji Kościoła z uwzględnieniem mediów własnych takich, jak: telewizja, internet, prasa oraz mediów zewnętrznych i społecznościowych. Analiza została umieszczona na tle historycznym powstania public relations i podejścia do tego zagadnienia katolików oraz protestantów.

SŁOWA KLUCZOWE:

adwentyści, media społecznościowe, mniejszości wyznaniowe, Kościół, public relations, wizerunek

ABSTRACT:

The article is presented the research on the issue of PR tools used by the Seventh Day Adventists – religious organisation operating in Poland. It's based on the Church's communication audit of owned media, like: the television, the Internet, the press, as well as earned media and Social Media. The analysis has been placed on the historical background of PR formation and the approach to this field by Catholics and Protestants.

KEYWORDS:

adventists, social media, church minorities, Church, public relations, image

¹ Problem został poruszony przez autora szerzej w pracy magisterskiej pt. „Public Relations w służbie Kościoła. Problematyka i poziom świadomości wykorzystania narzędzi PR przez Kościół Adwentystów Dnia Siódmego w Polsce” obronionej na Uniwersytecie Warszawskim w 2016 roku.

Media dla Kościoła nie są niczym obcym. Papież Franciszek tweetuje w 9 językach, a Jan Paweł II o mediach i dziennikarstwie napisał ponad 200 tekstów². Tematyka medialna podejmowana jest nie tylko przez papieży, ale również przez księży i pastorów zarówno z naukowego, teologicznego, jak i praktycznego punktu widzenia. Naturalne zatem jest to, że kościoły wykorzystują narzędzia marketingowe czy public relations do popularyzacji swoich działań. Religijnie „zaangażowani” za twórców public relations postrzegają np. Aarona – brata Mojżesza (jego „rzecznika prasowego”)³ czy Jana Chrzciciela (*advance man* Jezusa). A wczesnochrześcijańskie listy Pawła odczytują jako kampanie public relations⁴.

W niniejszym artykule autor odpowie na pytanie: Jak historyczne początki public relations w rzeczywistości stykały się z działalnością kościołów? (część 1) oraz: Jak do narzędzi utożsamianych dziś z komunikacją i tworzeniem wizerunku podchodzili na przestrzeni wieków przedstawiciele dwóch kontekstów religijnych: protestanci i katolicy? (część 2). Kolejny problem badawczy poruszony w artykule wiąże się z wykorzystywaniem nowoczesnych środków komunikacji przez mniejszości wyznaniowe w Polsce. Wspomniano już o komunikacyjnej profesjonalizacji największych kościołów, ale czy dotyczy się to też tych mniejszościowych wspólnot, które nie posiadają rozwiniętych struktur, kadry specjalistów oraz funduszy? Czy bez takiego zaplecza nie zamykają się na świat zewnętrzny? Czy budowanie relacji z tym światem jest dla nich w ogóle istotne? Co na tej podstawie można powiedzieć o danej wspólnoty? A może dbałość o wizerunek prawdy religijnej i sfery *sacrum* paraliżuje mniejszości religijne w sięganiu po nowocześniejsze metody przekazu, gdyż mogą uważać one, że wykorzystywanie elementów znanych ze świata reklamy, marketingu i public relations nie licuje ze świętymi prawdami głoszonymi przez dany Kościół?

W drugiej części analizy autor skłania się do zarysowania hipotezy badawczej, iż nawet mniejszościowe związki wyznaniowe z rodziny protestanckiej nie tylko nie stronią, ale wręcz kładą nacisk na szeroko pojętą komunikację

² A. Lewek, *Informacja w nauce Kościoła o mediach*, „Kultura – Media – Teologia” 2010, nr 2, s. 16.

³ L. Tye, *The Father of Spin. Edward L. Bernays and the Birth of Public Relations*, New York 2002, s. 228–229.

⁴ D. F. Cannon, *Not Conformed to This World: How U.S. Religion Communicators Describe Public Relations*, „Public Relations Journal” 2011, vol. 5, no. 3, s. 8, <https://prjournal.institute-forpr.org/wp-content/uploads/2011Cannon.pdf> (dostęp 13.09.2019 r.).

z otoczeniem zewnętrznym – choćby ze względu na czynnik historyczny, demograficzny oraz teologiczny (takie wspólnoty są zazwyczaj otwarte na konwertytów i mają charakter pro-misyjny, a nie na przykład etniczny). Aby tę hipotezę zweryfikować, wybrano jeden z takich kościołów – ani liczbowo największy, ani najmniejszy. Przeprowadzono tzw. audyt komunikacji tytułowego Kościoła, czyli formę badania wykorzystywaną zarówno przez teoretyków, jak i praktyków public relations (choćby przez agencje PR). Wyniki zaprezentowane w trzeciej części artykułu obejmują metody ilościowe (częstotliwość ukazywania się wzmianek o adwentystach w prasie, telewizji, radiu, na portalach internetowych i w mediach społecznościowych), jakościowe (wywiady z adwentystami – m.in. z ich dyrektorem ds. komunikacji) oraz analizy własne przygotowane na podstawie materiałów zastanych (dotyczących na przykład unifikacji stosowania logotypu lub wykorzystania mediów własnych: strony internetowej, adwentystycznej prasy, radia i telewizji). Tak różnorakie dane pozwolą nie tylko ocenić stopień profesjonalizacji stosowania narzędzi PR „w służbie” protestanckiego Kościoła. Ocena ta nie jest jednak celem samym w sobie. Ma raczej umożliwić określenie nastawienia mniejszości wyznaniowej do reszty społeczeństwa i pomóc w odpowiedzi na wymienione wyżej pytania badawcze. To pierwsze takie badanie przeprowadzone na Kościele Adwentystów Dnia Siódmego w Polsce.

1. POCZĄTKI PUBLIC RELATIONS A RELIGIA: (NIE)RELIGIJNI TWÓRCY PR

Historia public relations, czyli sztuki wiarygodnej, nastawionej na budowanie zaufania celowej i zaplanowanej komunikacji, w pewnym stopniu wiąże się z historią komunikowania religijnego. Część twórców nowoczesnego PR (XIX-XX wieku) było też protoplastami public relations religijnego. Dziedziny te zazębiają się, a komunikowanie religijne stopniem zaawansowania i profesjonalizmu wyprzedzało niekiedy to związane z komunikowaniem przedsiębiorstw czy polityków. Za przykład takiego zaawansowania niech posłuży stowarzyszenie o nazwie Religious Publicity Council (dziś: Religion Communicators Council, dalej: RCC), zrzeszające specjalistów komunikacyjnych amerykańskich kościołów protestanckich, powstałe w 1929 roku, czyli 7 lat przed powstaniem pierwszego świeckiego stowarzyszenia tego typu: National Association of Accredited Publicity Directors⁵.

⁵ D.F. Cannon, *Not Conformed...*, dz. cyt., s. 1.

Ivy Lee określany jest przez RCC mianem ojca public relations⁶. Ciekawe, że organizacja stara się pominąć powszechnie przyjmowanego za „ojca PR” Edwarda Bernaysa – autora dzieła „Propaganda”, sugerującego manipulatorski charakter PR, a prywatnie ateistę i bratanka Zygmunta Freuda⁷. Lee – syn metodystycznego duchownego – w 1904 roku założył trzecią w historii firmę, którą dziś określilibyśmy mianem agencji PR⁸. Jego współlnikiem był Colonel George F. Parker, w latach

Część twórców nowoczesnego PR (XIX-XX w.) było też protoplastami public relations religijnego. Dziedziny te zazębiają się, a komunikowanie religijne stopniem zaawansowania i profesjonalizmu wyprzedzało niekiedy to związane z komunikowaniem przedsiębiorstw czy polityków.

1913–1919 sekretarz do spraw prasy i wizerunku Kościoła anglikańskiego w Stanach Zjednoczonych⁹. Teologiczne poszukiwania ewangelicznej sprawiedliwości społecznej widoczne były podczas kariery Lee¹⁰. Osobiście wspierał on wpływowego prezbiteriańskiego pastora – zarówno finansowo, jak i wizerunkowo – i namawiał do tego innych, m.in. Johna Rockefellera, który wpłacił 26 mln dolarów na zbudowanie Kościoła temu duchownemu¹¹.

⁶ Tamże.

⁷ Tamże, s. 4.

⁸ L. Tye, *The Father of Spin. Edward L. Bernays and the Birth of Public Relations*, New York 2002, s. 229–230.

⁹ D. Joslyn-Siemiatkoski, *Anglikanizm i Kościół Episkopalny, historia i współczesność: Prof. Daniel Joslyn-Siemiatkoski*, http://dstp.rel.pl/?page_id=6097 (dostęp: 10.09.2019 r.).

¹⁰ D. F. Cannon, *Speaking of Faith: Public Relations Practice Among Religion Communicators in the United States*, Austin 2007, s. 12.

¹¹ M. N. Olasky, *Corporate Public Relations: A New Historical Perspective*, New Jersey 1987, s. 234.

2. NARZĘDZIA PUBLIC RELATIONS WYKORZYSTYWANE PRZEZ KATOLIKÓW I PROTESTANTÓW

Historia PR to też historia narzędzi wykorzystywanych do tworzenia wizerunku. Choć wynalazek Gutenberga z połowy XV wieku mógłby się wydawać dużą szansą dla Kościoła w rozpowszechnianiu jego nauk (pierwszą książką wydaną przez Niemca była Biblia), władza świecka i Watykan dostrzegły w nim raczej zagrożenie. W 1479 roku papież Sykstus IV nadał Uniwersytetowi Kolońskiemu, a potem kolejnym, prawa cenzorskie. Swoje zakazy i bulle zawężające możliwości druku opublikowali Aleksander VI Borgia, Leon X, Paweł IV, Pius V¹².

Koniec XVIII wieku był już nie tylko erą druku literatury, ale również prasy. Władze sprzeciwiały się i temu medium, jako „odciągające niewykształcony lud, a zwłaszcza młodzież, od wiary”¹³. Taką politykę realizowali papieże: Grzegorz XVI i Pius IX, potępiający idee wolności słowa i druku w encyklice z 1846 roku. Niemniej jednak, drugi z nich inicjował coś, co miało być przeciwwagą dla „złej prasy”. To „prasa dobra”, czyli ta wydawana przez Kościół. W 1850 roku światło dzienne ujrzało pismo „La Civiltà Cattolica” – prowadzili je jezuici, którzy w kolejnych latach wykazali się niemałą aktywnością w tworzeniu periodyków¹⁴ – a dekadę później słynne „L'Osservatore Romano” – wydawane dziś w 7 językach, również polskim¹⁵. Leon XIII chciał dość ostrożnie „wypracować systematyczną doktrynę, która byłaby wykładnią stosunku Kościoła wobec tego zjawiska [wobec mediów – M.R.]”¹⁶. W tym celu spotykał się nawet z dziennikarzami. Czytanie książek, ulotek i prasy nieprzychylnych Kościołowi było jednak niezmiennie zakazane, choć mowa o przełomie XIX i XX wieku.

Jedną z przyczyn niechęci Kościoła rzymskokatolickiego do druku, filmu, czyli ówczesnych mediów, mogło być wykorzystywanie ich przez osoby sprzeciwiające się dogmatyce Kościoła. Zaczęło się od traktatów i broszur rozpowszechnianych przez Lutra, ale potem protestanci chętnie stosowali wszelkie możliwości na szerzenie swojej nauki i komunikowanie się z otoczeniem.

¹² K. Pokorna-Ignatowicz, *Kościół w świecie mediów. Historia-dokumenty-dylematy*, Kraków 2002, s. 16–17.

¹³ Tamże, s. 18.

¹⁴ Tamże, s. 18–21.

¹⁵ Zob. <http://www.osservatoreromano.va/en/pages/the-newspaper> (dostęp: 10.09.2019 r.).

¹⁶ K. Pokorna-Ignatowicz, dz. cyt., s. 21.

Z końcem XIX wieku organizacje religijne zaczęły wykorzystywać reklamę¹⁷, a gdy powstał PR, sięgały po tę dziedzinę komunikowania¹⁸. Potwierdzają to słowa Bernaysa z 1928 roku: „Wiele Kościołów uczyniło płatne reklamowanie i zorganizowaną propagandę częścią swoich regularnych działań. Rozwinęli kościelne komitety reklamowe, które wykorzystywały tak gazety i bilbordy, jak i broszury. Wiele wyznań utrzymywało swoje własne czasopisma”¹⁹.

Swoją rolę w wykorzystywaniu druku, najnowocześniejszej ówczesnie formy komunikowania, mieli protoplaści adwentystów, milleryci. Jeden z ich liderów, Joshua V. Himes, przez historyków religii określany jest w następujący sposób: „geniusz PR owych czasów”, „Napoleon prasy”, toczący „bezprecedensowy nalot medialny” i „krucjatę komunikacyjną”²⁰. Himes zaintrygowany przemowami Williama Millera stał się w końcu jego asystentem, a w późniejszym okresie odpowiadał za wydanie i dystrybucję ponad 5 milionów sztuk publikacji.²¹ Kiedy już uformował się Kościół adwentystyczny, jedna z jego liderek, Ellen White, również mocno wierzyła w siłę publikacji i optowała za dobrze działającym wydawnictwem.

Już w 1913 roku metodyści wydali książkę o tym, dlaczego kościoły w ogóle powinny się reklamować²². Istotną postacią, która pragnęła współpracy z prasą i chętnie powierzała jej swoje artykuły, był słynny kaznodzieja i wydawca, Dwight Moody²³. Rozwinął do niesamowitych rozmiarów publiczne ewangelizacje (liczba słuchaczy sięgała nawet 30 tysięcy). „Używał (...) nowoczesnej reklamy w największym możliwym stopniu. Kiedy ktoś narzekał na to, jak niegodne jest reklamowanie religijnych wydarzeń, Moody odpalał natychmiast, że wydaje mu się to znacznie bardziej godne, niż przemawianie do pustych rzędów”²⁴.

¹⁷ D. F. Cannon, *Speaking...*, dz. cyt., s. 3.

¹⁸ J. Olędzki, *Etyka w polskim public relations. Refleksje badawcze*, Warszawa 2009, s. 22.

¹⁹ E. Bernays, *Propaganda*, Nowy Jork 1928, s. 150.

²⁰ Słowa takie wypowiedzieli m.in.: historyk religii Nathana O. Hatcha i socjolog oraz historyk adwentyzmu, George R. Knight.

²¹ G. R. Knight, *Ellen White's World: A fascinating look at the times in which she lived*, Hagerstown 1998, s. 68–69.

²² C. F. Reisner, *Church publicity. The modern way to compel them to come in*, Cincinnati 1913, s. 18.

²³ Tamże, s. 19.

²⁴ G. R. Knight, dz. cyt., s. 92–93.

Na początku XX wieku nowojorski prezbiteriański pastor John Fleming Carson tłumacząc, że relacje z mediami są istotne, przywołał „metodę Chrystusa i Jego uczniów”, którą było wykorzystywanie najlepszych środków swoich czasów w zyskiwaniu rozgłosu²⁵. Innymi prekursorami wprowadzania narzędzi PR do świata religii byli: Henry Ward Beecher²⁶, prezbiterianin Charles Stelzle oraz luteranin D. Weigle, który w prywatnej korespondencji sprawozdawał: „rozpoczęliśmy energiczną kampanię reklamową. (...) W rezultacie niedzielne nabożeństwa cieszą się popularnością wśród – zamiast dotychczasowej 70-osobowej – aż 500-osobowej publiczności!”²⁷. Thomas Ball Barratt, który w latach 1906–1907 zapoczątkował ruch zielonoświątkowy w Europie, do swojego norweskiego zboru przyciągał ludzi „dzięki sensacyjnym doniesieniom prasowym o nowym ożywieniu religijnym w Oslo”²⁸.

Kiedy w latach 20. XX wieku rozwijało się radio, protestanci znów dosyć szybko postanowili zaadaptować to medium na swoje potrzeby. W 1925 roku na 600 nadawców amerykańskich, aż 63 działało na licencji jakiegoś Kościoła²⁹.

Dyskurs, czy w „uświęconych” celach prowadzić takie „świeckie” działania trwał jednak nadal: „Choć rosnąca liczba ciał kościelnych wykorzystuje praktyki public relations, istnieją wciąż zagorzałe nastroje wśród liderów duchownych i laickich, chcących uniknąć czegoś tak »nowoczesnego« i »sekularnego« jak »public relations«. Zbyt wiele ludzi PR z chorym wykorzystaniem PR-u (...). Przez to wielu religijnych liderów wycofuje się z adaptowania nowoczesnych metod PR na korzyść religii”³⁰. Co ciekawe, powyższy akapit w ten sposób ujęty został tylko w pierwszym wydaniu książki z 1952 roku. Potem autorzy pisali już tylko, że „większość z 240 związków wyznaniowych w USA stara się wykorzystywać PR”.

Wracając na Stary Kontynent, początek XX wieku w Watykanie można określić mianem okresu „moralizatorsko-obronnego”³¹. W 1903 roku zauważa się

²⁵ C. F. Reisner, dz. cyt., s. 18–21.

²⁶ Zob. D. Applegate, *The Most Famous Man in America: The Biography of Henry Ward Beecher*, New York 2007, z okładki.

²⁷ C. F. Reisner, dz. cyt., s. 21.

²⁸ M. Tymiński, *Kościół Zielonoświątkowy w Polsce*, Wrocław 1999, s. 22.

²⁹ D. F. Cannon, *Speaking...*, dz. cyt., s. 10.

³⁰ S. M. Cutlip, A. H. Center, *Effective Public Relations*, New York 1952, s. 362.

³¹ J. Chrapek, *Kościół wobec środków społecznego komunikowania*, „Ethos” 1989, r. 2, nr 4, s. 230–245.

następującą zmianę: Leona XIII zastąpił Pius X, będący jeszcze bardziej niechętny prasie³².

W 1928 roku powstała międzynarodowa organizacja zrzeszająca katolickich radiowców. Tym razem Watykan wykazał zainteresowanie nowopowstałym środkiem przekazu. Jego wynalazca, Marconi, zaprojektował rozgłośnię mającą swą siedzibę w Ogrodach Watykańskich. Otworzył ją z Piusem XI w 1931 roku.

Z wielką ostrożnością podchodził Kościół (nie tylko katolicki) do przemysłu kinowego. Powołano na przykład międzywyznaniowy Narodowy Legion Przyzwoitości, mający nadzorować i cenzorować powstające w USA filmy. W pewnym momencie aktywność katolików w działającej przy Hollywood organizacji zaczęli potępiać niektórzy członkowie-protestanci, zarzucając „skrajny konserwatyzm, zarówno w sferze moralności, jak i poglądach społeczno-politycznych i artystycznych”³³.

Z zainteresowaniem przyjęła Stolica Apostolska telewizję, nagrywając pierwsze orędzie papieża Piusa XII i emitując je już w 1949 roku. Papież uznał nawet środki przekazu za „dar Boży”³⁴. Wykorzystanie szklanego ekranu jako narzędzia komunikacyjnego i ewangelizacyjnego było zatem implementowane zarówno przez katolików³⁵, jak i protestantów³⁶. W 1973 roku została założona protestancka stacja Trinity Broadcasting Network – obecnie jedna z największych chrześcijańskich sieci telewizyjnych³⁷.

Trzyletni Sobór Watykański II, zakończony w 1965 roku, w ocenie ks. Antoniego Lewka orzekł, że „1) każdy człowiek ma prawo do informacji, 2) informacja ubogaca i pomaga w rozwoju człowieka, 3) informacja jest rzetelna, gdy jest prawdziwa i pełna oraz zachowuje sprawiedliwość i miłość”³⁸. Kościół „zdał sobie sprawę, że nie wygra batalii przez potępienia, zakazy, czy choćby ignorowanie zjawiska” – ocenia Katarzyna Pokorna-Ignatowicz – „postanowił więc czynnie

³² K. Pokorna-Ignatowicz, dz. cyt., s. 31.

³³ Tamże, s. 33–40.

³⁴ Tamże, s. 142.

³⁵ Zob. *Biography*, <http://www.archbishopsheencause.org/the-cause/fulton-sheen-biography-and-inspiration> (dostęp: 10.03.2019 r.).

³⁶ D. D. Crawford, *A Thirst for Souls: The Life of Evangelist Percy B. Crawford (1902–1960)*, Cranbury 2010, s. 237–270.

³⁷ Zob. *The TBN story*, <http://www.tbn.org/about-us/the-tbn-story> (dostęp 10.03.2019 r.).

³⁸ A. Lewek, dz. cyt., s. 12.

przystąpić do walki”³⁹. W 1971 roku w instrukcji duszpasterskiej pt. „Communio et progressio” media uznano za odbicie mentalności i przekonań społeczeństwa⁴⁰. W dokumencie tym, który ujrzał światło dzienne za pontyfikatu Pawła VI, media określono też jako „narzędzie do budowania wspólnoty między ludźmi”⁴¹.

O mediach i dziennikarstwie papież Jan Paweł II napisał ponad 200 tekstów⁴². Uważał, że „informacja to nie towar na sprzedaż, to nie wiadomość dla zaspokojenia ludzkiej ciekawości, ale to wartość, która ma odbiorców ubogacać, czynić lepszymi moralnie i mądrzejszymi w życiu”⁴³. Ks. Lewek, rozwijając myśli papieża wypowiedziane w 2002 roku na Uniwersytecie Gregoriańskim, pisał tak: „Polityka informacyjna Kościoła powinna koncentrować się na informowaniu o dobrych dziełach Kościoła, na przykład charytatywnych czy wychowawczych, a nie o jednostkowych przypadkach złych zachowań ludzi Kościoła – co właśnie lubią i chcą prezentować laickie media, a ich odbiorcy rzekomo lubią i chcą to otrzymywać, jak tłumaczą redaktorzy tych medialnych informacji negatywnych o Kościele”⁴⁴.

W wypowiedzi widoczne jest pewne napięcie pomiędzy mediami uświęconymi a laickimi, jak również dbałość o wizerunek Kościoła poprzez środki masowego przekazu.

Bruno Ballardini stwierdza, że – tak, jak komunikowanie i marketing – public relations jest sferą, w którą Kościół „pilnie inwestuje”, a Jan Paweł II był tym, który zrozumiał, że nie wystarczy „grupowe” komunikowanie, z Kościołem jako „podmiotem zbiorowym”⁴⁵. W sposób wyjątkowo przekonujący sam zaczął odpowiadać za komunikację, o czym świadczą wymieniane przez włoskiego uczonego, pisarza i specjalisty ds. reklamy liczby: 1060 audiencji publicznych i 2412 przemówień, 310 odwiedzonych parafii, 697 miast i 129 państw, 77 udzielonych słów, 14 encyklik i, przede wszystkim, 1 163 865 km przebytych samolotem.

³⁹ K. Pokorna-Ignatowicz, dz. cyt., s. 160.

⁴⁰ Tamże, s. 93.

⁴¹ Tamże, s. 97.

⁴² A. Lewek, dz. cyt., s. 16.

⁴³ Tamże, s. 19.

⁴⁴ Tamże, s. 22.

⁴⁵ B. Ballardini, *Jezus. I biel stanie się jeszcze bielsza. Jak Kościół wymyślił marketing*, Warszawa 2008, s. 130–131.

Kontynuatorem stawiania komunikacji Kościoła jako priorytetu pontyfikatu wydaje się papież Franciszek, a jego działania w tej materii zasługują na oddzielne analizy i artykuły. Do dzisiejszego zrozumienia, iż „kapłani powinni korzystać z mediów, aby przybliżać ludziom Boga”⁴⁶ i traktować je należy „jako integralną część kwestii antropologicznej”⁴⁷, Kościół katolicki dochodził latami.

O pełnej profesjonalizacji komunikowania całego Kościoła niech świadczą odbywające się trzy lata temu w Polsce Światowe Dni Młodzieży. Baczny obserwator mógł podziwiać przekrój stosowanych przez Kościół narzędzi PR, rozpoczynając od profesjonalnego logo, szczególnie *obrandowanego* Krakowa, hymnu. Podpisano umowy sponsoringowe z 36 firmami⁴⁸, m.in. Orange, Orlen, Comarch, Tymbark. Ogromne środki przeznaczono też na *media relations*, czyli m.in. obsługę 5,7 tys. dziennikarzy ze 128 krajów⁴⁹. Za przełomowe, jeśli chodzi o *marketingizację* przyjmuje się ŚDM w Denver w 1993 roku. To tam, w kolebce public relations i marketingu, „Jan Paweł II mógł ocenić, jak daleko sięgają możliwości »licensingu«: olbrzymie afisze przedstawiały papieża pod rękę z innymi sławami, z podpisem »Father knows best«, wszędzie można było wypić piwo papieskie o nazwie »ale Mary« (Piwo Maria, co brzmi po angielsku jak Ave Maria), Mc Donald’s zadbał o gastronomiczną obsługę imprezy i rozdawał papierowe mitry”⁵⁰.

⁴⁶ R. Nęcek, *Pięć prawd medialnych*, w: M. Przybysz, K. Marcyński (red.), *Media i Kościół. Polityka informacyjna Kościoła*, Warszawa 2011, s. 21.

⁴⁷ Benedykt XVI, *Orędzie na 42. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu*, nr 4, <https://www.paulus.org.pl/225,42-sdssp-benedykt-xvi-2008> (dostęp 10.03.2019 r.).

⁴⁸ Zob. *36 marek wspiera organizatorów Światowych Dni Młodzieży*, <https://www.press.pl/tresc/44959,36-marek-wspiera-organizatorow-Swiatowych-dni-mlodziezy> (dostęp 10.03.2019 r.).

⁴⁹ Zob. *Dziennikarze pod wrażeniem Światowych Dni Młodzieży, drobne potknięcia w obsłudze mediów (opinie)*, <https://www.wirtualnemedi.pl/artukul/dziennikarze-pod-wrazeniem-swiatowych-dni-mlodziezy-drobne-potknienia-w-obsłudze-mediow-opinie> (dostęp 10.03.2019 r.).

⁵⁰ B. Ballardini, *Jezus. I biel stanie się jeszcze bielsza. Jak Kościół wymyślił marketing*, Warszawa 2008, s. 165.

3. WYKORZYSTANIE NARZĘDZI PR PRZEZ KOŚCIOŁ ADWENTYSTÓW DNIA SIÓDMEGO W POLSCE

3.1. Kim są adwentyści

Kościoły protestanckie, historycznie przejawiające większą otwartość na działania z zakresu public relations, występują również w Polsce. Tych posiadających ustawę o działalności w Rzeczypospolitej Polskiej (przypominającą konkordat) jest sześć⁵¹. Wybrano jeden z nich, aby zbadać, na ile historycznie pro-komunikacyjne podejście ma swoje odbicie „tu i teraz” – w XXI wieku, w lokalnym (polskim) Kościele Adwentyków Dnia Siódmego. Posłużą do tego metody badawcze ilościowe (wykorzystano profesjonalne narzędzia do monitorowania mediów tradycyjnych i społecznościowych) i jakościowe (wywiady z adwentykami, analizy tzw. mediów własnych czy identyfikacji wizualnej). Jeśli chodzi o te drugie, skupiono się na kluczowych elementach wykazujących dbałość o wizerunek organizacji: unifikacji stosowania logo, działalności wydawniczej, telewizyjnej, internetowej oraz medialnej. Przebadano zarówno media własne (*owned media*), jak i te „pozyskane” do współpracy poprzez działania PR (*earned media*).

Kim są Adwentyści Dnia Siódmego? Na to pytanie można odpowiedzieć opisując logotyp organizacji (Zob. Rysunek 1).



Rysunek 1. Logotyp organizacji
Źródło: www.adwent.pl

⁵¹ Zob. B.a., *Wykaz kościołów i związków wyznaniowych działających na podstawie odrębnych ustaw*, <https://www.gov.pl/web/mswia/wykaz-kosciolow-i-zwiazkow-wyznaniowych-dzialajacych-na-podstawie-odrebnych-ustaw> (dostęp 10.03.2019 r.).

Duży element na samym dole to otwarta Biblia. Jej usadowienie właśnie w tym miejscu ma podkreślać, iż jest ona fundamentem wiary adwentystów – tak, jak wszystkich protestantów.

Adwentyści znani są jednak z literalnego traktowania Pisma Świętego. Jako niebiblijne praktyki uważają choćby chrzczenie niemowląt (podając przykład chrztu Jezusa w wieku dorosłym jako obowiązującą do dzisiaj zasadę) czy obchodzenie niedzieli (pierwszego dnia tygodnia) jako święta, zamiast dnia siódmego – soboty – powołując się przy tym na istotę Dekalogu.

W centrum logotypu znajduje się krzyż – choć nie jest duży, jego umiejscowienie na środku nie jest przypadkowe. Taki zabieg ma „podkreślić ofiarę Chrystusa, która jest centralnym tematem naszej wiary”⁵² – wyjaśniają twórcy logo.

Znajdujące się nad księgą i krzyżem płomienie mają kilka znaczeń i inspiracji. Przede wszystkim nawiązują do Ducha Świętego. W przestrzeń pomiędzy płomieniami zmieściłby się okrąg symbolizujący kulę ziemską, co ma pokazywać ogólnoświatowy charakter wspólnoty, która liczy 21 milionów wyznawców i jest obecna w 213 z 235 krajów świata⁵³. W Polsce Kościół liczy ponad 7 tys. wiernych. Znaczenie ma tu także liczba płomieni: „Mają symbolizować trzech aniołów (z 14. rozdziału Apokalipsy) opasających glob, a odzwierciedlają pełnomocnictwo do zanieśienia Ewangelii całemu światu”⁵⁴. Jak pisał we wstępie do książki znaku (*brand book*) sprzed 20 lat Rajmund Dąbrowski, ówczesny dyrektor departamentu komunikacji ogólnoświatowego Kościoła: „Jako adwentyści dnia siódmego powinniśmy być znani z tego, za czym stoimy i jak identyfikujemy naszą wiarę i misję. Logo jest symbolem i naszym posłannictwem. Chcielibyśmy być odbierani jako Kościół chrześcijański, którego nazwa jest jasno zaznaczona. Te symbole mówią o nas więcej, niż tysiąc słów”⁵⁵.

⁵² Zob. <http://www.adwent.pl/o-kosciele/logo> (dostęp 10.09.2019 r.).

⁵³ Mowa o krajach rozpoznawanych przez ONZ, zob. B.a., *Quick Statistics On The Seventh-Day Adventist Church*, <https://www.adventistarchives.org/quick-statistics-on-the-seventh-day-adventist-church> (dostęp 10.03.2019 r.); D. Trim, *Statistical Report. Mission trends and progress*, <http://documents.adventistarchives.org/ArchivesPublications/2018%20Annual%20Council%20-%20Statistical%20Report,%20David%20Trim.pdf> (dostęp 10.09.2019 r.).

⁵⁴ Zob. <http://www.adwent.pl/o-kosciele/logo> (dostęp 10.09.2019 r.).

⁵⁵ Sekretariat Komunikacji Generalnej Konferencji, *Global Identity Standards Manual*, Maryland 1996, s. 4.

3.2. Identyfikacja wizualna – logo

Identyfikacja wizualna (dalej: CI od ang. *corporate identity*) to doskonały element budowania wizerunku marki. Biorąc to pod uwagę, dość późno, bo dopiero w 1996 roku, po ten aspekt tworzenia wizerunku sięgnął ogólnościatowy Kościół adwentystyczny. W 2017 roku logotyp został odświeżony, ale były to raczej kosmetyczne zmiany, a nie *rebranding*. Wszelkie zarejestrowane znaki handlowe Kościoła stają się własnością Generalnej Konferencji Kościoła, a jak autor dowiedział się z rozmowy z polskim specjalistą PR wspólnoty, amerykańska centrala w każdym roku odnawia prawa do tego znaku w konkretnych państwach.

Poniżej zostanie zaprezentowana pierwsza część wyników autorskiego badania z 2016 roku. Sprawdzono, na ile lokalne zbory (parafie) na swoich fasadach eksponują logotyp i w jaki sposób to robią⁵⁶. Na 113 zborów wypisanych na oficjalnej stronie Kościoła, zbadano 30 (czyli ponad 25%), wybierając przede wszystkim wspólnoty z większych polskich miast, które są też większe liczebnie, i po których można się spodziewać większej świadomości CI, niż po parafiach z niewielkich miejscowości i wsi. W nich adwentyści niekiedy spotykają się w prywatnych domach użyczonych przez wyznawców lub wynajętych salach (np. remizach strażackich, domach kultury), które nie mogą być w żaden sposób *obrandowane*.

W przybliżeniu tylko 1 na 7 przebadanych zborów na swojej fasadzie zamieszcza prawidłowe logo z prawidłową czcionką i pełną nazwą Kościoła (Zob. Tabela 1). To mało, biorąc pod uwagę profesjonalizm, z jakim już 20 lat temu przygotowano odpowiednie standardy.

Tabela 1. Poprawność logotypu Kościoła używanego na fasadach budynków kościelnych

Prawidłowe logo	Prawidłowa czcionka	Prawidłowe logo i czcionka	Brak logo
11	8	5	10
36%	26%	16%	33%

Źródło: Opracowanie własne.

⁵⁶ Część miejsc udało się autorowi zobaczyć na własne oczy, natomiast kilkanaście innych zborów (a raczej ich fasad) zweryfikowano korzystając ze zdjęć dostępnych w internecie.

Jedynie 11 zborów, czyli 36% z przeanalizowanych, miało na fasadzie umieszczone prawidłowe, oficjalne logo Kościoła Adwentystów Dnia Siódmego. Do tego, na fasadzie aż jednej trzeciej zborów w ogóle nie znalazło się miejsce na logo. Prawidłowej czcionki użyło jeszcze mniej parafii – jedynie 26%.

Stosowanie błędnego logo jest bolączką lokalnych parafii, nawet tych, które mają stosunkowo nowe budynki. Kilka z nich wykorzystuje bowiem nieoficjalną wersję z zarysem kuli ziemskiej na środku. Inną wersją logo widoczną na fasadach polskich budynków jest nieprawidłowa wersja przedstawiająca złoty, pochylony logotyp. Przed niektórymi zborami znajduje się coś, co można określić mianem „autorskiego logo” – na przykład pełen podpis pod znakiem krzyża. Niekiedy logo wydrukowane jest na wysłużonej, pokrytej rdzą tablicy, czasem jest też bardzo małe.

Typografią, czyli krojem pisma, czcionką, wielkością liter, nie przejmują się adwentyści praktycznie w ogóle (ponad 7 na 10 zborów zanotowało niewłaściwe użycie czcionki). Niektóre zbory idą jeszcze dalej i stosują skrót „D.S.” zamiast napisać „Dnia Siódmego”.

Wyniki tej analizy są dla Kościoła raczej druzgocące, i to przynajmniej z dwóch powodów. Po pierwsze, prezentowane tu badanie objęło okres na niewiele przed zmianą (odświeżeniem) logotypu. Dziś wyniki byłyby jeszcze gorsze. Po drugie, można byłoby spodziewać się lepszego wykorzystania „odgórnie” przyjętej identyfikacji, choćby z uwagi na fakt, że Kościół adwentystyczny jest denominacją dość mocno scentralizowaną. W przeciwieństwie do licznych Kościołów protestanckich (na przykład z rodziny zielonoświątkowej), zbory nie są tworem autonomicznymi. Budynki kościelne są własnością Kościoła, a za remonty odpowiadają diecezje. Wygląd fasad w większości powinien więc zależeć właśnie od nich.

3.3. Kto i jak komunikuje? Media własne (czasopismo, internet, telewizja, radio)

Komunikację Kościoła nadzoruje Sekretariat Komunikacji i Mediów. Jego misją jest „tworzenie długotrwałych relacji z otoczeniem i silnego wizerunku Kościoła”⁵⁷. Chce tego dokonać przez korzystanie „z najbardziej efektywnych środków komunikacji”⁵⁸. Dyrektorem departamentu jest Daniel Kluska. Nie jest duchow-

⁵⁷ Fragment wywiadu z Danielem Kluską przeprowadzonego na użytek niniejszej pracy.

⁵⁸ Tamże.

nym, doświadczenie zawodowe zdobywał w branży marketingowej i internetowej. W wywiadzie przyznał, że „w Kościele słowo PR nie jest odbierane najlepiej”. Podobnie, jak pojęcia marketing czy reklama: „Zaczynam je więc tłumaczyć od ogółu do szczegółu, mówiąc o komunikacji wewnątrz i na zewnątrz Kościoła oraz o budowaniu relacji z różnymi organizacjami. Tak samo błędnie postrzegane są kwestie marketingu. Używanie tego słowa w kontekście misji Kościoła jest zjawiskiem niezwykle rzadkim, a niekiedy wręcz niepożądanym. (...) Właśnie takie odczucia budzi ono wśród ludzi 50 plus. Wśród osób młodych jest już lepiej; to pokolenie bardziej zaznajomione jest z obszarem reklamy, która jest obecna w każdym medium. Generalnie jednak pojęcie PR-u i marketingu budzi pewne kontrowersje. Profesjonalne podejście do reklamy wydarzeń jest dla niektórych osób po prostu stratą czasu. Ale jest tu pewien paradoks: jesteśmy jako Kościół bardziej skłonni wydawać pieniądze na drukowanie ulotek, niż np. na reklamę w internecie. Czyli jednak zgadzamy się pewnymi formami reklam”⁵⁹

Kościół posiada też swoją organizację pożytku publicznego (Blisko Serca – Chrześcijańska Służba Charytatywna), która z punktu widzenia public relations jest mocno rozwinięta: zatrudnia specjalistów ds. komunikacji, wysyła do mediów komunikaty prasowe, współpracuje z firmami marketingowymi czy monitorującymi media. Nie eksponuje ona jednak zbyt mocno powiązania z Kościołem i – co się z tym wiąże – raczej w nikłym stopniu wspomaga jego wizerunek.

3.3.1. Oficjalna strona internetowa

Wspólnota ma swoją oficjalną stronę internetową Adwent.pl, za którą odpowiada Sekretariat. Oficjalna strona kościelna pod tymże adresem istnieje od połowy lat 90. Dziwić może sama nazwa witryny. Choć „adwent” to słowo powszechnie znane, kojarzy się raczej z katolickim świętem. Inne kościoły protestanckie zazwyczaj wykorzystują nazwę swoich wiernych w mianowniku liczby mnogiej – i tak oficjalna strona Kościoła Chrześcijan Baptystów to Baptysci.pl, Kościoła Ewangelicko-Augsburskiego (luterńskiego) – Luteranie.pl, Kościoła Ewangelicko-Reformowanego – Reformowani.pl, Kościoła Ewangelicko-Metodystycznego – Metodysci.pl. Tylko zielonoświątkowcy (aż sześć sylab) zdecydowali się na domenę Kz.pl (skrót od: Kościół Zielonoświątkowy), a z niechrześcijańskich wspólnot taki

⁵⁹ Tamże.

zabieg zastosowali też m.in. muzułmanie (strona nazywa się Mzr.pl od: Muzułmański Związek Religijny).

Strona Advent.pl umożliwia znalezienie lokalnej parafii. Nie brakuje sekcji z aktualnościami, ale mają one raczej wewnątrzkościelny charakter. Publikowane są tam relacje z adwentystycznych konferencji duchownych, z dorocznego spotkania namiotowego adwentystów⁶⁰, wizyt u prezydenta RP⁶¹, artykuły nawiązujące do znanych ludzi mających związek z adwentyzmem (newsy o Benie Carsonie⁶², startującym w amerykańskich prawyborach prezydenckich, byłym koszykarzu Earvin „Magic” Johnsonie⁶³, prezydencie Fidzi⁶⁴). Często są to teksty tłumaczone z anglojęzycznej, newsowej strony internetowej Adventist Review lub oficjalnej strony międzynarodowego Kościoła, Adventist.org.

3.3.2. Prasa adwentystyczna

Duże znaczenie w kształtowaniu wizerunku Kościoła ma Wydawnictwo „Znaki Czasu”, publikujące ulotki, książki i czasopisma. Jego sporym osiągnięciem jest dostępność pisma „Znaki Czasu” (ok. 5-tysięczny nakład) nie tylko w parafiach adwentystycznych, ale i w salonach Empik. Miesięcznik jest kierowany nie tylko do adwentystów, co widać też po strukturze pisma, newsowym charakterze i ogólnospołecznej, a nie stricte teologicznej tematyce. Niemniej jednak, według badaczki polskiej prasy wyznaniowej, większość czytelników „Znaków Czasu” to adwentyści⁶⁵.

Struktura miesięcznika jest raczej stała, choć niektóre numery są poświęcone przede wszystkim konkretnemu zagadnieniu (np. zdrowiu bądź przemocy wobec kobiet). Na okładce, prócz grafiki i tematu numeru, znajdują się tytuły innych

⁶⁰ Zob. D. Maikowski, *Camp 2016 – patrz wyżej!*, <https://adwent.pl/camp-2016-patrz-wyzej/> (dostęp 10.09.2019 r.).

⁶¹ Zob. A. Siciński, *Spotkanie noworoczne u prezydenta Andrzeja Dudy*, <https://adwent.pl/spotkanie-noworoczne-u-prezydenta-andrzeja-dudy/> (dostęp 10.09.2019 r.).

⁶² Zob. *Oświadczenie w sprawie Bena Carsona*, <http://adwent.pl/index.php/2015/10/19/oswiadczenie-w-sprawie-bena-carsona/> (dostęp 10.09.2019 r.).

⁶³ Zob. R. Hyman, *Legenda koszykówki dziękuje Kościołowi Adwentystów Dnia Siódmego*, <https://adwent.pl/legenda-koszykowki-dziekuje-kosciolowi-adwentystow-dnia-siodmego/> (dostęp 10.09.2019 r.).

⁶⁴ Zob. A. McChesney, *Adwentysta dnia siódmego prezydentem Fidzi*, <https://adwent.pl/adwentysta-dnia-siodmego-prezydentem-fidzi/> (dostęp 10.09.2019 r.).

⁶⁵ M. Wielek, *Polska prasa wyznaniowa*, w: E. Kossewska, J. W. Adamowski (red.), *Media wyznaniowe w Polsce 1989–2004*, Warszawa 2004, s. 47.

artykułów – zazwyczaj ok. 5 z nich. Na lewej, wewnętrznej okładce znajduje się urozmaicony grafikami spis treści, a na pierwszej po otwarciu prawej stronie – wstępniak redaktora naczelnego. Ta stronicowa rubryka nawiązuje do głośniejszych wydarzeń i tematu numeru – np. do Światowych Dni Młodzieży, protestów w Polsce, piłkarskich Mistrzostwa Europy. W miesięczniku nie brakuje też artykułów o zdrowiu, historii czy archeologii.

3.3.3. Działalność radiowa, telewizyjna i internetowa

Ośrodek Radiowo-Telewizyjny „Głos Nadziei” (dalej: GN) to główna medialna odnoga Kościoła, prowadząca działalność telewizyjną, radiową i internetową.

Kościół posiada swoją 24-godzinną telewizję internetową, opartą na licencji międzynarodowej telewizji adwentystycznej Hope Channel⁶⁶. Być może „telewizja” w przypadku polskiego oddziału to zbyt wiele powiedziane, bo choć audycje puszczane są przez 24 godziny na dobę, próżno szukać choćby ramówki. Stacja istnieje od 7 lat i trudno zrozumieć strategię niepublikowania programu.

Telewizja emituje nagrania, które ma w swoim wieloletnim archiwum: przede wszystkim kazania i wykłady teologiczne, koncerty, sprawozdania z nabożeństw i spotkań namiotowych. Ponieważ filmy wideo wymienia się jako technikę PR⁶⁷, autor przeanalizował kilkadziesiąt materiałów GN. Na tej podstawie można wyciągnąć najistotniejsze wnioski. Po pierwsze, w dobie szybkich cięć i różnorodnych ujęć, programy wyróżniają się wyjątkową jednostajnością i statycznością. Dwie kamery podczas nabożeństw czy koncertów zostają postawione często obok siebie w pierwszym rzędzie (co widać na wielu fotografiach), kolejna kamera ustawiana jest z tyłu lub na scenie.

Po drugie, GN stosuje – coraz rzadziej spotykane w innych mediach, a przede wszystkim w internecie – dłużyzny w napisach początkowych i końcowych. Mówi się, że na zatrzymanie uwagi pozostaje dzisiaj 8 sekund, a często nawet tylko 5 lub 3⁶⁸, a materiały GN z długimi czołówkami publikowane są również na platformach YouTube, Facebook i Vimeo. W jednym z przeanalizowanych filmów⁶⁹ przez

⁶⁶ Zob. F. Kline, *Pastor Derek Morris prezesem telewizji Hope Channel*, <https://adwent.pl/pastor-derek-morris-prezesem-telewizji-hope-channel/> (dostęp 10.09.2019 r.).

⁶⁷ K. Wójcik, *Public relations. Wiarygodny dialog z otoczeniem*, Warszawa 2015, s. 365.

⁶⁸ Zob. K. Adamkiewicz, *5 zasad – skuteczne grafiki w mediach społecznościowych*, <https://sprawnymarketing.pl/skuteczne-grafik/> (dostęp 10.09.2019 r.).

⁶⁹ Zob. <https://vimeo.com/171941906> (dostęp 10.09.2019 r.).

pierwsze 18 sekund nie dzieje się praktycznie nic. Prezentowane jest logo Hope Channel i archaicznie wyłaniający się napis „prezentuje”. Rzeczywista akcja rozpoczyna się po ponad 40 sekundach, gdyż po prezentowaniu czołówki nie mogło zabraknąć napisów z tytułem filmu „Okręgowy Zjazd Kościoła Adventystów Dnia Siódmego Wisła, czerwiec 2016”. Napisy końcowe trwały minutę i 10 sekund.

Po trzecie, nawet sam sposób zapisu oraz tytuł pozostawiają wiele do życzenia: są niezrozumiałe dla nieadwentystycznych odbiorców, a pole na opis wideo pozostaje puste, co nie sprzyja wyszukiwaniu filmów w przeglądarkach internetowych. Kilku słów o sobie brakuje też w miejscach na informacje w portalach Facebook i YouTube⁷⁰, gdzie zanotowano od 2008 roku ponad 1,8 mln wyświetleń klipów.

Plagą są też przejścia pomiędzy ujęciami. Zamiast zwykłego zanikania bądź przenikania, GN stosuje rzuty, obroty, spirale, przejścia gradientowe. Jak wspomina jeden z adwentystycznych rozmówców autora artykułu: „Stylistyka animacji i przejść pomiędzy ujęciami GN kojarzy się z programem do robienia biurowych prezentacji, Power Point 95”.

Niespotykaną i nieprofesjonalną działalnością GN było prowadzenie do niedawna dwóch bliźniaczych profili na Facebooku. Jeden z nich był spadkobiercą personalnego profilu „Głos Nadziei” – „osoba” o imieniu „Głos” i nazwisku „Nadziei” wysyłała do adwentystów na Facebooku zaproszenia do grona znajomych. Kardynalnym błędem, jeśli chodzi o *branding*, było stosowanie na tych dwóch stronach różnych logotypów organizacji.

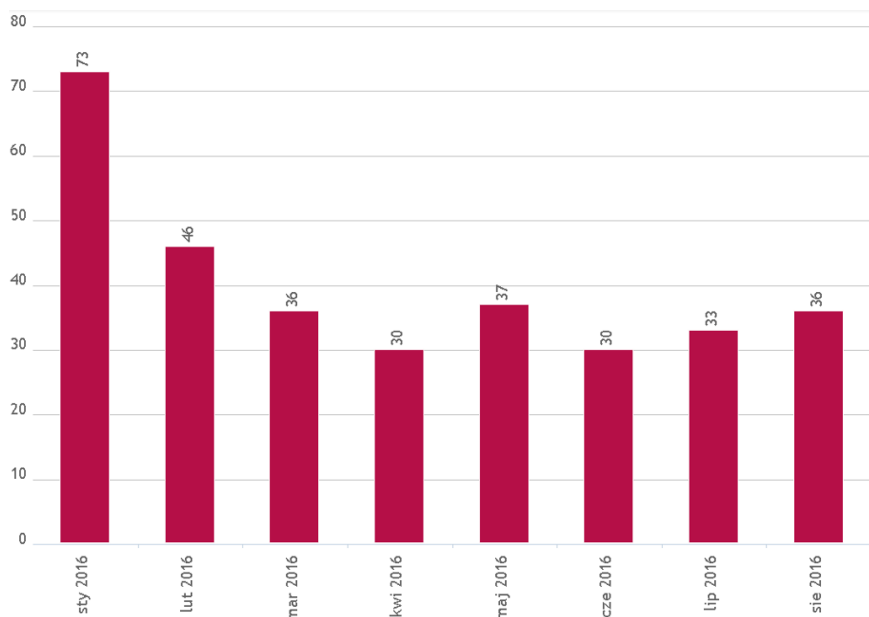
Raz w miesiącu odbywają się retransmisje nabożeństwa produkowane przez adwentystów w Programie I lub II Polskiego Radia. Tego typu działalność zapoczątkowana została po porozumieniach sierpniowych – kiedy na ich mocy „Solidarność” wywalczyła emitowanie katolickich programów radiowych w Polskim Radiu, również Kościół adwentystyczny wystąpił o podobny przywilej.

Instytucja nie produkuje wielu polskich, cyklicznych programów, np. odpowiadających na głośnie problemy czy komentujących z perspektywy kościelnej wydarzenia omawiane w mediach – tak, jak robi to miesięcznik „Znaki Czasu”. Skupia się na tłumaczeniu programów zagranicznych, mogących interesować wewnętrznego odbiorcę.

⁷⁰ Zob. <https://www.facebook.com/pg/glos.nadziei/about/> i <https://www.youtube.com/user/GLOSNAZDZIEI/about> (dostęp 10.09.2019 r.).

3.4. Kościół w mediach

Dzięki narzędziu PRESS-SERVICE Monitoring Mediów⁷¹ przeznaczonemu do monitorowania obecności danej marki w mediach, autor uzyskał dokładne wyniki dotyczące wzmianek o Kościele od stycznia do sierpnia 2016 roku⁷².



Wykres 1. Liczba publikacji w mediach od stycznia do sierpnia 2016 roku

Źródło: Opracowanie własne na podstawie PRESS-SERVICE Monitoring Mediów.

Przez osiem miesięcy w mediach ukazało się 230 wzmianek o adwentystach. Ekwiwalent reklamowy (AVE) wyniósł 2 490 833 złotych (Zob. Wykres 1 i Tabela 2). Choć wskaźnik daje pewną orientację dotyczącą jakości mediów (potencjalnie to suma, którą Kościół musiałby zapłacić za reklamy o tej samej objętości w tym samym medium), specjaliści nie uważają go za trafny przy mierzeniu

⁷¹ Podziękowania należą się Katarzynie Popławskiej, odpowiedzialnej w PRESS-SERVICE Monitoring Mediów za marketingu i PR, gdyż bez bezpłatnego udostępnienia platformy na potrzeby tego artykułu nie powstałaby tak dokładna analiza wycinków prasowych.

⁷² Za hasła pomocnicze dla głównego „Kościół Adwentystów Dnia Siódmego” posłużyły mi następujące frazy: „adwentyści”, „adwentystyczna/e/y”, „Ellen White”, „Chrześcijańska Służba Charytatywna”, „Jarosław Dziegielewski” (ówczesny przewodniczący Kościoła).

wyników w PR⁷³. Zarówno teoretycy, jak i praktycy zwracają uwagę na to, że najlepiej byłoby po prostu mierzyć wyniki rozpoznawalności danej marki, a nie osiągnięte publikacje czy ich wartość lub zasięg. Jednak nie każda organizacja może pozwolić sobie na tak dogłębne badania. Niektórzy praktycy, wbrew teoriiom o niereklamowym konotacjom public relations, mówią wprost: mierzenie PR-u powinno mieć czysto biznesowy wymiar i dokładnie sprawdzać, na ile dane działania pomogły firmie finansowo⁷⁴. Niemniej jednak, większość polskich agencji PR wciąż korzysta z mierników takich, jak zasięg publikacji czy jej ekwiwalent reklamowy, więc przytacza je i to badanie – przynajmniej jako wskaźniki pomocnicze w opisanu najistotniejszych publikacji.

Tabela 2. Miejsce publikacji medialnych i szacowany ekwiwalent reklamowy od stycznia do sierpnia 2016 roku

Typ	Wartość AVE [zł]
Internet	417 730
Prasa	1 946 341
Radio	46 978
Telewizja	79 784
Suma	2 490 833

Źródło: Opracowanie własne na podstawie PRESS-SERVICE Monitoring Mediów.

Najbardziej znacząca publikacja, jeśli chodzi o zasięg mediów i ekwiwalent reklamowy (ponad 300 tys. zł), ukazała się w „Dzienniku Gazecie Prawnej”. Dotyczyła problemu klauzuli sumienia w różnych zawodach i skargi do Europejskiej Komisji Praw Człowieka fińskiego adwentysty i jego problemu z pracą w szabat.

Zagadnienia na styku świata polityki i religii, w których wspomnieni zostali adwentyści, podejmowane były też w programach telewizyjnych. Zanotowano 9 programów (m.in. Polsat News i Superstacja), ale żaden nie był w całości poświęcony adwentystom.

⁷³ Zob. A. Miotk, *Badania w public relations. Wprowadzenie*, Warszawa 2011.

⁷⁴ I. Stareva, *Inbound PR. The PR Agency's Manual to Transforming Your Business with Inbound*, New Jersey 2018 s. 15–32.

Potencjał adwentystów – też ten medialny – drzemie na pewno w zdrowiu. Pisarz Dan Buettner z „National Geographic” przeprowadził badania na temat tzw. niebieskich stref (ang. *blue zones*), czyli miejsc, w których ludzie żyją najdłużej. Wśród nich znaleźli się mieszkańcy Sardynii we Włoszech, Okinawy w Japonii, ale też adwentyści z Loma Linda (100 km od Los Angeles)⁷⁵. Nic dziwnego, że tak zdrowa społeczność wzbudziła zainteresowanie światowych dziennikarzy, co podchwyciły również polskie pisma takie, jak: „Focus Ekstra”⁷⁶, „Rzeczpospolita” czy „Kobieta i Życie”. Byłemu adwentyście Johnie Kelloggowi, który wynalazł płatki kukurydziane, dwa akapity poświęcił magazyn „Kuchnia”⁷⁷. Wszystkie te tytuły mają wysoki poziom czytelnictwa. Artykuły w nich nie zostały zainicjowane przez adwentystów w Polsce.

Znanymi w przestrzeni publicznej polskimi adwentystami są Anna German (o niej dość głośno było w 2013 roku, kiedy TVP1 wyemitowało poświęcony jej serial) i aktorka Anna Samusionek. Pisały o nich przede wszystkim media plotkarskie i kobiece: „Rewia” czy Pomponik.pl.

Najwięcej publikacji wspominających adwentystów i docierających do 1,6 mln Polaków⁷⁸ pojawiło się już po zakończeniu badania, w czwartym kwartale 2016 roku, przy okazji premiery filmu Mela Gibsona „Przełęcz ocalonych”. Jej głównym bohaterem jest adwentysta, który zapisawszy się do armii USA podczas wojny odmawia noszenia broni. Mimo to został bohaterem, otrzymał Medal Honoru.

Warto zwrócić uwagę na to, że lokalni dziennikarze mogą interesować się wydarzeniami w parafiach adwentystycznych w Polsce, ale potrzebna jest do tego większa inicjatywa samych adwentystów. Pewną aktywnością medialną wykazuje pastor Mariusz Maikowski, który w badanym okresie 2 razy zainicjował listem do lokalnej „Gazety Wyborczej” debatę: raz o problemie więziennictwa (działał tam jako kapelan) i służby zdrowia⁷⁹, innym razem na temat rozbitych w parkach

⁷⁵ R. Buxton, *What Seventh-Day Adventists Get Right That Lengthens Their Life Expectancy*, http://www.huffingtonpost.com/2014/07/31/seventh-day-adventists-life-expectancy_n_5638098.html (dostęp 10.09.2019 r.).

⁷⁶ D. Lebda, *Jak nawyknąć do dobrego*, „Focus Ekstra” 2016, nr 2, s. 68

⁷⁷ J. Ukleja, *Jarskie szaleństwo sprzed stu i więcej lat*, „Kuchnia” 2016 nr 8, s. 57

⁷⁸ Dane wewnętrzne od Instytutu Monitorowania Mediów (IMM).

⁷⁹ M. Maikowski, *Pastor: Przy mnie więźniowie wyrzucali obiad do sedesu. Dziś więzień leży na łóżku i żąda*, http://lublin.wyborcza.pl/lublin/1,48724,17364254,Pastor_Przy_mnie_wiezniowie_wyrzucali_obiad_do_sedesu_.html#ixzz4JlJM6nXt (dostęp 10.09.2019 r.).

butelek⁸⁰. W analizowanym okresie lokalne media zainteresowały się lekcjami religii organizowanymi przez adwentystyczne punkty katechetyczne (np. artykuł z łódzkiego dodatku dziennika „Polska”), cyklami wykładów zdrowotnych (jak np. „Bądź zdrow!” w Gdańsku, Nauka.trojmiasto.pl, 20.01.2016 oraz Świdnicy, „Wiadomości Świdnickie”, 22.02.2016), spotkaniami ekumenicznymi (np. Rzeszów, tvp.pl, 24.02.2016), kursami pomagającymi rzucić palenie (wywiad z pastorem Andrzejem Sieją o problemie uzależnień opublikowały „Nowiny Jeleniogórskie”, 9.02.2016).

Czy 230 wzmianek w mediach podczas 8 miesięcy to dużo czy mało? Aby w pełni odpowiedzieć na to pytanie, trzeba by zestawić ten wynik na przykład z występowaniem innych związków wyznaniowych w mediach, czego w tym badaniu nie przewidywano. Biorąc pod uwagę mniejszościowy charakter wspólno-

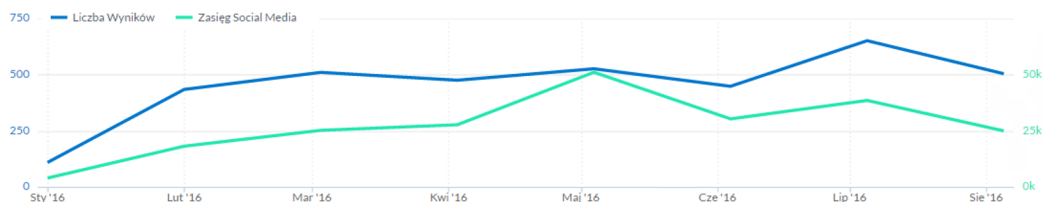
Biorąc pod uwagę mniejszościowy charakter wspólnoty, trzeba zaznaczyć, że wzbudza ona pewne – choć niewielkie – zainteresowanie mediów, zwłaszcza w tematyce zdrowotnej, charytatywnej i związanej ze świętem adwentystów – szabatem.

ty, trzeba zaznaczyć, że wzbudza ona pewne – choć niewielkie – zainteresowanie mediów, zwłaszcza w tematyce zdrowotnej, charytatywnej i związanej ze świętem adwentystów – szabatem. To, co z punktu widzenia public relations może adwentystom doskwierać, to brak zainteresowania dziennikarzy ich licznymi inicjatywami, a nie ich negatywne podejście. Z analizy wynika bowiem, aby adwentyści mierzyli się z negatywnym wizerunkiem wytworzonym przez media zewnętrzne.

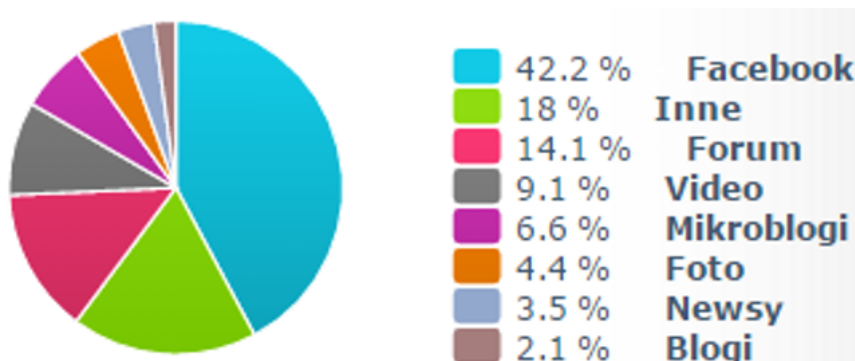
⁸⁰ M. Maikowski, *Wszędzie rozbite butelki po piwie. Wszechobecne szklane pułapki*, <http://lublin.wyborcza.pl/lublin/1,48724,20551852,wszedzie-rozbite-butelki-po-piwie-wszechobecne-szklane-pulapki.html> (dostęp 10.09.2019 r.).

3.5. Kościół w mediach społecznościowych

Wzmianki o Kościele obecne były nie tylko w mediach tradycyjnych, ale też w mediach społecznościowych. Od 1 stycznia do 31 sierpnia 2016 roku narzędzie Brand24⁸¹ zanotowano 3657 fraz nawiązujących do adwentystów⁸². Najwięcej – 1539 wyników – na Facebooku (Zob. Wykres 2 i 3).



Wykres 2. Liczba i zasięg publikacji w mediach społecznościowych od stycznia do sierpnia 2016 roku
Źródło: Opracowanie własne na podstawie Brand24.



Wykres 3. Typy źródeł w mediach społecznościowych od stycznia do sierpnia 2016 roku
Źródło: Opracowanie własne na podstawie Brand24.

W mikroblogach (przede wszystkim na Twitterze) odnotowano 245 fraz, w blogach 78, na forach internetowych 513, w opisach klipów wideo 332, a w opisach fotografii 161. Zasięgi mediów społecznościowych mierzone są w tysiącach – od

⁸¹ I tu podziękowania za użyczenie bezpłatnego dostępu do narzędzia na potrzeby naukowe należą się szefowi Brand24, Michałowi Sadowskiemu.

⁸² Obserwowano hasła takie, jak „kościół adwentystów dnia siódmego”, „kościół adwentystyczny”, „adwentyści”, „adwentystów”, „ellen white”, „adwentysta”, „chrześcijańska służba charytatywna”, „chsch”, „adra”, „kads”.

niemalże 4 tysięcy do blisko 40 tysięcy. Należy tylko pamiętać o tym, że część w przedstawianych przez Brand24 wyników nie jest trafnych.

Dosłownie wszystkie wzmianki udało się na potrzeby tego artykułu zbadać w jednym miesiącu – w sierpniu – one są więc w pełni adekwatne. Ok. 20–30% automatycznie zaklasyfikowanych wyników było nieprawidłowych (nie odnosiły się wcale do adwentystów).

W sierpniu w internecie zanotowano 504 wzmianek o adwentystach. Prawie połowa z nich (226) na Facebooku, dotarła do 23 476 osób. Wiele z wyników to zapowiedź Nocy Świątyn w Warszawie, w której brał udział adwentystyczny zbor.

Niektóre dyskusje o adwentystach nie miały czysto informacyjnego charakteru. Analiza pozwoliła wyodrębnić paru „etatowych” krytyków Kościoła – ponoć w większości byłych wyznawców. Wiadomo, że do wszystkich komentarzy w mediach społecznościowych czy na blogach nie tylko nie da się, ale też nie ma potrzeby się ustosunkowywać. Dziwi jednak milczenie Kościoła w sytuacjach, gdy ktoś pyta o występowanie wspólnoty w danym mieście bądź gdy duży facebookowy fanpage religijny podaje błędną informację. Przykładem niech będzie profil „Bóg bogaty w Miłosierdzie” (obecnie blisko 100 tysięcy fanów), który 25 lipca napisał: „Pewne grupy religijne (np. Świadkowie Jehowy albo Adwentyści) próbują dokładnie określić datę końca świata”⁸³. Nie jest to prawda, adwentyści uważają, że „czas tego wydarzenia nie został objawiony, dlatego jesteśmy zachęcani do tego, aby zawsze być gotowymi”⁸⁴. Biorąc pod uwagę zasięg posta, który polubiło 176 osób, a udostępniło 39, prostującego komentarza na pewno brakuje.

Kościół posiada swoje profile na większości z najpopularniejszych w Polsce portali społecznościowych: przede wszystkim na Facebooku, ale też Twitterze czy YouTube. Coraz częściej wchodzi w interakcje, odpowiada na pytania internautów, działa w czasie rzeczywistym. W kwietniu 2019 roku Mariusz Szczygieł opublikował na Facebooku post⁸⁵ o jednym ze swoich pierwszych artykułów, który traktował o Adwentystach Dnia Siódmego, a inspirowany był innym tekstem,

⁸³ Zob. <https://www.facebook.com/BogBogatyWMilosierdzie/photos/a.148933288622168.1073741826.148928115289352/614008618781297/?type=3&theater> (dostęp: 4.09.2019 r.).

⁸⁴ *Zasady Wiary Kościoła*, zob. <http://adwent.pl/index.php/o-kosciele/zasady-wiary/zasady-wiary/> (dostęp 10.09.2019 r.).

⁸⁵ Zob. <https://www.facebook.com/MariuszSzczygielReporterOfficial/posts/2225788080820255> (dostęp 10.09.2019 r.).

który młody Szczygieł znalazł w „Znakach Czasu”. Znany reportażysta opisał młodzieńczą fascynację ruchem, a moderatorzy facebookowego profilu „Kościół Adwentystów Dnia Siódmego w RP” dość szybko skomentowali wpis i zaproponowali Szczygłowi roczną prenumeratę miesięcznika „Znaki Czasu”.

4. PODSUMOWANIE

Nie sposób oddzielić powstania ustrukturyzowanego public relations od jego religijnych konotacji: przede wszystkim ze względu na twórców i organizacje zajmujące się świadomym i planowym komunikowaniem z otoczeniem. Dzisiejsze podejście do zagadnienia wykorzystywania public relations przez przedstawicieli dwóch omawianych w artykule kontekstów religijnych – katolików i protestantów – można podsumować następująco: nie *czy*, tylko *jak*.

Trzeba jednak przyznać, że na przestrzeni wieków pewne znaki zapytania dotyczące wykorzystywania druku, mediów i reklamy, a w szerszym kontekście kultury i popkultury jako takiej, stawiane były zarówno w środowisku katolickim, jak i protestanckim, w Ameryce i Europie. Zazwyczaj to protestanci stosunkowo szybko – w stosunku do katolików i do czasu wprowadzenia nowinek technologicznych bądź medialnych – implementowali je do swojej służby. Otwarci byli na pojawianie się w świeckich środkach masowego przekazu, a nie tylko tworzenie swoich, „uświęconych”. W tym czasie (aż do połowy XIX wieku) zaangażowanie medialne katolików można by określić jako robienie użytku z mediów własnych (*owned media*) i „potępienie świeckich” radiostacji, prasy czy przemysłu filmowego.

Działający w Polsce Kościół Adwentystów Dnia Siódmego kontynuuje swe tradycje otwarcia na środki masowego przekazu ukute już w momencie kształtowania się ruchu w XIX wieku. Prowadzi działalność wydawniczą, telewizyjną, internetową. Z analizy wynika, że działalność telewizyjno-internetowa (przynajmniej tych oficjalnych instytucji kościelnych, jak Głos Nadziei czy Adwent.pl) ukierunkowana jest raczej na publiczność adwentystyczną – m.in. przez dobór tematyki oraz stosowanie niezrozumiałych skrótów i terminologii, a w przypadku działalności filmowej również dość archaiczny sposób tworzenia treści – zaś prasowa („Znaki Czasu”) stara się dotrzeć do osób spoza wspólnoty.

Wzmianki o adwentystach pojawiają się zarówno w mediach tradycyjnych, jak i społecznościowych – choć nie jest ich dużo i zazwyczaj nie skupiają się

jedynie na tej organizacji. Kościół adwentystyczny nie prowadzi stałych działań *media relations* (jak wysyłanie komunikatów prasowych). Artykuły, które opisują wspólnotę lub jej wyznawców, nie zawsze prezentują ich tak, jak życzyliby sobie sami adwentyści. Z ich zatem perspektywy szkoda, że nie inicjują publikacji sami, bo może udałoby się zamieścić choćby wypowiedź przedstawiciela Kościoła z Polski. To samo dotyczy mediów społecznościowych – w przebadanych dyskusjach o adwentystach nie wybrzmiał głos samych zainteresowanych.

Wydaje się, że pewnym problemem jest również rozdrobnienie komunikacji – każda z odpowiedzialnych za nią instytucji kościelnych (Wydawnictwo Znaki Czasu, Ośrodek Radiowo-Telewizyjny Głos Nadziei, Chrześcijańska Służba Charytatywna, ale również konkretne sekretariaty takie, jak: zdrowia, młodzieży, edukacji) promują bardziej siebie i swoje inicjatywy, niż Kościół adwentystów jako taki. Zamiast tworzyć jedną silną markę, powstaje więc wiele słabych – choćby ze względu na niskie budżety, jakimi dysponuje przebadany Kościół.

Sfera sacrum nie przeszkadza adwentystom w adaptowaniu licznych narzędzi PR – tak samo, jak wykorzystują je organizacje pożytku publicznego czy przedsiębiorstwa prywatne.

Z analizy identyfikacji wizualnej, która przez Kościół Adwentystów Dnia Siódmego przygotowana jest w sposób planowy i profesjonalny wynika, że właściwe przedstawienie pełnego logotypu tegoż Kościoła na fasadach budynków sakralnych występuje jedynie w przypadku 16% zborów.

Jednak, pomimo wspomnianych mankamentów sam fakt posiadania logotypu i księgi znaku (prezentującej identyfikację wizualną), osób zatrudnionych do prowadzenia działań medialnych (nie tylko duchownych, też specjalistów z doświadczeniem dziennikarskim i marketingowym) i wreszcie przynajmniej trzech departamentów odpowiedzialnych za komunikację i środki masowego przekazu pokazuje, że dla Kościoła adwentystycznego ważna jest działalność PR. Nawet, jeśli niekoniecznie jest tak nazywana.

Wnioski z powyższego audytu komunikacji obalają hipotezę badawczą o tym, że wzniosłość przesłania religijnego może w oczach mniejszości protestanckich

nie współgrać z wykorzystaniem środków masowego przekazu. Sfera *sacrum* nie przeszkadza adwentystom w adaptowaniu licznych narzędzi PR – tak samo, jak wykorzystują je organizacje pożytku publicznego czy przedsiębiorstwa prywatne. One wszystkie działają, wszakże w rzeczywistości kompetytywnego rynku, czy to religijnego, czy komercyjnego. Kościół adwentystyczny akceptuje ten stan rzeczy, zdając sobie sprawę z tego, że skuteczne realizowanie swojej misji w XXI wieku wymaga też stosowania współczesnych rozwiązań komunikacyjnych. Przyjąć należy, że nie stoi to w sprzeczności z jego *credo*, choć w pracy nie znalazło się miejsce na teologiczne omówienie przedmiotu.

Udowodniona mnogość działań public relations – choć prowadzonych czasem w bardziej, czasem w mniej udolny sposób – potwierdza zasadność tezy o wysokiej świadomości istoty komunikacji wśród adwentystów (a z dużą dozą prawdopodobieństwa wnioszek ten można rozszerzyć na inne mniejszości religijne nurtu protestanckiego – co należałoby oczywiście zweryfikować). Badanie

Zamiast tworzyć jedną silną markę, powstaje więc wiele słabych – choćby ze względu na niskie budżety, jakimi dysponuje przebadany Kościół.

ukazało widoczną w ostatnich latach priorytetyzację owych działań – i to pomimo niesprzyjających okoliczności (niewielka wspólnota żyjąca w dosyć monogenicznym religijnie kraju). To wszystko wskazuje na otwartość Kościoła Adwentystów Dnia Siódmego na świat zewnętrzny i chęć budowania relacji wzmacniających zrozumienie dla swojej działalności.

BIBLIOGRAFIA

- Applegate D., *The Most Famous Man in America: The Biography of Henry Ward Beecher*, Nowy Jork 2007.
- Ballardini B., *Jezus. I biel stanie się jeszcze bielsza. Jak Kościół wymyślił marketing*, Warszawa 2008.
- Bernays E., *Propaganda*, Nowy Jork 1928.
- Cannon D. F., *Not Conformed to This World: How U.S. Religion Communicators Describe Public Relations*, „Public Relations Journal” 2011, vol. 5, no. 3, <https://prjournal.institute-forpr.org/wp-content/uploads/2011Cannon.pdf> (dostęp 13.09.2019).

- Cannon D. F., *Speaking of Faith: Public Relations Practice Among Religion Communicators in the United States*, Austin 2007.
- Chrapek J., *Kościół wobec środków społecznego komunikowania*, „Ethos” 1989, r. 2, nr 4, s. 230–245.
- Crawford D. D., *A Thirst for Souls: The Life of Evangelist Percy B. Crawford (1902–1960)*, Cranbury 2010.
- Cutlip S. M., Center A. H., *Effective Public Relations*, New York 1952.
- Knight G. R., *Ellen White's World: A fascinating look at the times in which she lived*, Hagerstown 1998.
- Lewek A., *Informacja w nauce Kościoła o mediach*, w: „Kultura – Media – Teologia” 2010, nr 2, s. 8–23.
- Miotk, A., *Badania w public relations. Wprowadzenie*, Warszawa 2011.
- Nęcek R., *Pięć prawd medialnych*, w: M. Przybysz, K. Marcyński (red.), *Media i Kościół. Polityka informacyjna Kościoła*, Warszawa 2011, s. 137–140.
- Olasky M. N., *Corporate Public Relations: A New Historical Perspective*, New Jersey 1987.
- Olędzki J., *Etyka w polskim public relations. Refleksje badawcze*, Warszawa 2009.
- Pokorna-Ignatowicz K., *Kościół w świecie mediów. Historia-dokumenty-dylematy*, Kraków 2002.
- Przeczyszewski M., *Katolicka Agencja Informacyjna. Podstawowe zasady relacji z mediami*, w: M. Przybysz, K. Marcyński (red.), *Media i Kościół. Polityka informacyjna Kościoła*, Warszawa 2011, s. 47–53.
- Reisner C. F., *Church publicity. The modern way to compel them to come in*, Cincinnati 1913.
- Stareva I., *Inbound PR. The PR Agency's Manual to Transforming Your Business with Inbound*, New Jersey 2018.
- Tye L., *The Father of Spin. Edward L. Bernays and the Birth of Public Relations*, New York 2002.
- Tymiński M., *Kościół Zielonoświątkowy w Polsce*, Wrocław 1999.
- Wielek M., *Polska prasa wyznaniowa*, w: E. Kossewska, J. W. Adamowski (red.), *Media wyznaniowe w Polsce 1989–2004*, Warszawa 2004.
- Wilbur M. C., *The 'what' and 'why' of church public relations*, w: J.C. Suggs (red.), *Handbook on church public relations*, New York 1969.
- Wójcik K., *Public relations. Wiarygodny dialog z otoczeniem*, Warszawa 2015.

Biogram

Michał Rakowski – specjalista-praktyk public relations, od 2014 roku pracuje w jednej z warszawskich agencji PR. Wykładowca gościnny Akademii Górniczo-Hutniczej w Krakowie, której jest absolwentem. Student Wyższej Szkoły Teologiczno-Humanistycznej w Podkowie Leśnej. Pracę magisterską pt. „Public Relations w służbie Kościoła. Problematyka i poziom świadomości wykorzystania narzędzi PR przez Kościół Adwentystów Dnia Siódmego w Polsce” obronił na Uniwersytecie Warszawskim.

Dariusz Pater

UKSW in Warsaw

Proclaiming the Good News of Jesus Christ to the youth today

Głoszenie Dobrej Nowiny Jezusa Chrystusa młodym

ABSTRACT:

As Christians, we must do everything to ensure that the Gospel of the Messiah, Jesus of Nazareth, is genuinely passed on to future generations – especially to young people. We should also do all we can to let people know the meaning of the liberating work of God's power. In this way, the human condition becomes united with the redeeming love, and ultimately acts as a power against evil in the world. Various forms of youth participation in the Church can, and should, be understood as "Ecclesia". The community of the Church is not only constituted by adults, the Church manifests itself not only by the presence of church structures and the pastoral work with young people, but it is young people who shape the Church through their participation. The message of the Gospel challenges young people by formulating a promise and an expectation. Understanding and accepting the Gospel is a condition for young people to enter the community of the Church.

KEYWORDS:

youth, Church, faith, God's image, pastoral care of the youth

STRESZCZENIE:

Chrześcijanie muszą zrobić wszystko, aby Ewangelia Mesjasza Jezusa z Nazaretu była autentycznie przekazywana następnym pokoleniom – zwłaszcza ludziom młodym. Należy także podjąć wysiłki, aby ludzie mogli poznać znaczenie wyzwającego działania mocy Boga. W ten sposób kondycja ludzka łączy się w jedno z odkupieńczą miłością, a ostatecznie występuje jako moc przeciwko złu w świecie. Różne młodzieżowe formy uczestnictwa w Kościele mogą i powinny być rozumiane jako „Ekklesia”. Wspólnota Kościoła to nie tylko dorośli, Kościół manifestuje się nie tylko obecnością struktur kościelnych i działaniami ich aktorów, ale to także młodzi ludzie, którzy poprzez swój udział kształtują Kościół. Przesłanie Ewangelii rzuca wyzwanie młodym ludziom, formułując obietnicę i oczekiwanie. Kwestia znaczenia Ewangelii dla życia młodych staje się kryterium decydującym o wchodzeniu we wspólnotę Kościoła.

SŁOWA KLUCZOWE:

młodzi, Kościół, wiara, obraz Boga, duszpasterstwo młodzieży

Pastoral care of the youth involves working with young people as well as for young people within the Church community. The Church wants to work not only with the youth who are close to the Church, but also do something for the benefit of all young people. Fulfilling this mission, the Church needs to recognize and take into account how young people live today and what they need for a happy and fulfilled life. In various areas of the pastoral care of the youth, such as youth social work, working with young adults or in youth education centers, the needs of young people are recognized and an effort is made to fulfill them.

Young people, their faith and what they expect from the Church were the main topics of the Youth Synod – an Assembly of the Synod of Bishops, which took place in October 2018. Already since the beginning of 2016, intensive work had

The Church wants to work not only with the youth who are close to the Church, but also do something for the benefit of all young people.

been carried out to prepare this event: questionnaires had been sent to bishops, online surveys had been conducted and two debates involving young people from around the world had taken place in the Vatican to discuss the most important issues.

The process continues even now, when the assembly of the Synod of Bishops has ended. First, it is important for Pope Francis that the local churches think of how they can implement the Synod's recommendations.¹ Secondly, an "apostolic letter" was published for young people at the end of the 15th Synod of Bishops.² Thirdly, in June 2019, a post-synodal assembly in Rome was announced with the

¹ XV Ordinary General Assembly of the Synod of Bishops, *Youth, faith and discernment of vocation*. A final document, Vatican City 2018. See also: <https://episkopat.pl/dokument-koncowy-synodu-biskupow-mlodzi-uczestnikami-i-wspoltworcami-zgromadzenia/>.

² "Letter to the Youth" written at the end of the 15th Ordinary General Assembly of the Synod of Bishops 2019, www.deon.pl/religia/kosciol-i-swiat/z-zycia-kosciola/art,36155,ojcowie-synodalni-napisali-list-do-youth-wind-spirit-blowing-harder-scattering-clouds.html [viewed 3.09.2019].

participation of young people from around the world, to discuss suggestions for the implementation of the Synod's recommendations.

YOUTH AND FAITH. A SEEKING GENERATION? QUID EST VERITAS?

Probably never before has there been such an enormous variety of possibilities to get a greater correlation between the concept of reality and the reality itself, i.e. the possibility of getting closer to the truth.

However, despite a quick and easy access to information, the answers to the question about what is important and what is true seem to be blurred. A constant exchange of information, appearing even as a "blessing" of our times, gives rise to a powerful trend of interpersonal communication – the so-called social media. Here, every piece of information, knowledge and opinion is subject to immediate verification and confrontation by people allowed to speak their minds in a social media group. However, do such discussions give answers to questions about fundamental things? Is the truth revealed or is it obscured by "quasi-discussions"? What is the individual's reflection over life and death today? It is after realizing the inevitability of death that it becomes clear what life is. And from there one can clearly see what is human, what is important. A true confrontation with oneself concerns the innermost human needs and requires courage. It is carried out in the relationships of love with God and people, through prayer, works of mercy that strengthen the spirit and lead to the fullness of life.³

In recent decades, the Church and faith have lost significance for many young people in Europe. Although 61 per cent of young people still belong to one of the main denominations, only 19 percent of them call themselves religious, according to the results of a study presented at a synod in Würzburg in 2018. God or a parish continues to play a major role for about 5 percent of them. What is most important for the surveyed people aged 19–27 are themselves, their families, friends and acquaintances. One can get the impression that we are dealing with a post-Christian generation, a generation that lives an independent, happy life,

³ See Francis, *Christus vivit*. Post-synodal apostolic exhortation to young people and the whole People of God as a summary of the 15th Ordinary General Assembly of the Synod of Bishops, Vatican City 2019, no. 17–20.

without the community of the Church. And speaking even more sharply: we are dealing with a generation that burned almost all bridges connecting them with the Church and that no longer assigns an important role to it in either personal or social life. The Church must acknowledge that young adults do not expect anything from being its members.⁴

Despite the current trends, in order to continue attracting young people to Christ, the communities of the Church need to undergo modernization. The Church must strengthen its message through digital means. The Church needs new places for the community and must convey its message in a language that young people would understand. Church music should also meet the sounds of the younger generation. Finally, leading Church organizations should give young people an opportunity to collaborate more widely.⁵

CONVERSATIONS WITH YOUNG PEOPLE WRITTEN IN THE MARGINS

Who should I turn to? – this is a question often asked by young people. The youth nowadays are less and less attached to traditional religious communities. But are they also less interested in religion? “Yes, but...”. Young people who are asked: “Are you a believer?” often answer in one breath: “Yes, I am a believer, but not in the religion I am part of” – says Zuzanna (17). “Yes, I am a believer, but I can’t say that I believe in the Catholic Church or any other religion,” explains Anna (18). “Yes, to a certain extent, but I am not so much involved, because I will not find a solution there,” says Iwona (17). “Yes, I am becoming more of a believer but less of a religious person” – John (25) quotes his grandmother and adds: “It is the same with me”.⁶

Why do young people rarely answer the question about their faith as clearly as Andrzej (24), who says: “Yes! I am Catholic”? God is Andrzej’s everyday companion in life. The 24-year-old believes in a personal God with whom he can talk and who also listens to him. He lives his faith in regular personal prayer: he prays every day with the “Liturgy of the Hours”. “Voluntarily” – he adds. For him, living

⁴ See Sozialwissenschaftliches Institut der Evangelischen Kirche in Deutschland, *„Was mein Leben bestimmt? Ich!“ Lebens- und Glaubenswelten junger Menschen heute*, Hannover 2018, pp. 5–6.

⁵ See Francis, *Christus vivit*, op. cit., chapter I and II.

⁶ Conversation held on the 23rd of March 2019.

faith also includes making a sign of the cross before eating and regular participation in the Holy Mass. He clearly has positive associations with the Church. It is his home – a community of people who focus on God. Christian values guide Andrzej in everyday life. It is very clear to him: “I am Catholic.”⁷

Religious and ethical issues are currently undergoing a comprehensive transformation process. Only less than a third of young people aged between 14 and 24 surveyed in the summer of 2006 said they considered themselves “religious.” But simultaneously, 69 percent of teenagers said they believe in God.⁸ This discrepancy, illustrated by the sentence: “I believe in God, but I am not religious”, show the process of erosion of religiosity traditionally associated with the Church and the transformation of the image of God. In addition, it suggests a subjective view of religiosity that is “diverse, fragile, and contradictory”. It can be summarized by the following sentence: God is in the air.⁹ The authors of the 16th Shell Youth Study 2010 from Germany have come to a similar conclusion. Among other things, they show that religion plays only a moderate role in the lives of most respondents between the ages of 12 and 25. However, neither denominationalism nor atheism has grown. Above all, it is religious uncertainty and sometimes impersonal understanding of God that increases.¹⁰ However, some researchers of youth culture are not surprised that young people are no longer involved in faith as defined by the institution of the Church: “In our society, young people learn to filter a wide range of meaning”. Do they choose what seems right to them in a given moment? Values are more important for teenagers than for older people. Perhaps the answers to the question “Are you a believer?” do not contradict each other, but are rather related to each other? Or, finally, it may not be a matter of faith for the youth, but rather a matter of sense? Perhaps the basic question should be: “Why am I here?”¹¹

⁷ Ibid.

⁸ See Th. Gensicke, *Jugend und Religiosität*, in: *Jugend 2006*, Frankfurt a.M. 2006, pp. 203–240.

⁹ See R. Polak, *Megatrend Religion? Neue Religiositäten in Europa*, Ostfildern 2002.

¹⁰ M. Albert, K. Hurrelmann, G. Quenzel, & U. Schneekloth, *Jugend 2010: die 16. Shell Jugendstudie. Diskurs Kindheits- und Jugendforschung*, „Journal of Childhood and Adolescence Research” 2011, 6(2), pp. 199–205.

¹¹ See B. Großegger, „Seinen Platz im Leben finden ist manchmal schwierig ...” *Jugend zwischen Spaßprinzip und Zukunftsangst*, in: *Wege aus der Angst. 37. Jahrbuch der Diözese Gurk*, ed. Bischöfliches Gurker Ordinariat, Klagenfurt 2013, pp. 39–41.

In addition, today's youth are very critical of institutions. What young people think of the Church ranges from "It's all about money" through "In the name of God, people are killed" and "This whole celibacy thing is totally outdated" to "Women cannot hold any office in the Church". What's more, the rigid, unchanging framework that the Church commandments does not simply fit into the rapidly changing world in which young people must live today. The daily lives of young people are characterized by a change and growth, but the Church is not there. "It is necessary to rethink the role of religious communities", says Beate Großegger, as: "Youth is so institutionally skeptical because the institution expects them to adapt to its framework rather than develop together with them".¹²

So the question is: where do young people look for answers to their questions about meaning, if not in the religion of their family home? Zuzanna is inclined towards Buddhism and Hinduism "because she believes in being born again". Bożena is also interested in Buddhism, which is "not a religion but an attitude or philosophy" for her.¹³

According to Beate Großegger, one should not underestimate the fact that young people are not only interested in finding an answer to their questions about "here and now". The experience itself also plays an important role, regardless of whether it is exciting, mysterious, exotic or entertaining. That is why many young people find an Indian temple simply more attractive than a European church. "I'm cold there". Bożena, among others, is also fascinated by shamanism, where "you have to go through dance, rhythm and song to a different state of consciousness in order to be able to immerse yourself in this world".¹⁴

Where is the Catholic youth? During a traditional service, they are rarely found in a church. Young, believing people prefer to pray individually and in private. However, as experience shows, there are ways to help young people and the Church meet again.¹⁵

¹² Ibid.

¹³ Conversation held on the 23rd of March 2019.

¹⁴ See B. Großegger, *„Seinen Platz im Leben finden ist manchmal schwierig ...“ Jugend zwischen Spaßprinzip und Zukunftsangst*, op. cit., p. 40.

¹⁵ See A. Szelałowska-Mironiuk, *Religijność młodych – co poszło nie tak?*, www.deon.pl/religia/kosciol-i-swiat/komentarze/art,3288,religijnosc-mlodych-co-poszlo-nie-tak.html [viewed 13.09.2019].

“For me it was hard to believe that Jesus would rise again in one piece of bread. I believe rather that there is something that holds us together, that shows us the way. However, I don’t know if it must be God”, says Daria, a 20-year-old scout. Many young people think like her today. More and more of them are skeptical of traditional worship and the Church as an institution.¹⁶ Research shows that young people do not necessarily need an institution of the Church to live their faith. They deal with their doubts and questions alone. Where does our world come from? Is there life after death? Young people, like every generation before them, are concerned about the meaning of life because, according to research, today’s generation of the Internet and modern technologies prays almost as often as their peers 60 years ago. Young people are looking for answers not only in their own religion practised at home. To form their individual beliefs, they use elements of all world religions. Very often, the rules and regulations of the Church start to seem disappointing for them.¹⁷ Young people are different and interested in different things. Therefore, the Church must show that it can also be diverse. In addition, it should fulfill its social tasks. “The Church can truly accompany young people if it does what our faith teaches us: if it shows love of neighbor!” – says Bożena, 18.¹⁸ The tasks that the Church should fulfill are: accompany youth on their life’s journey, listen and be ready to answer all questions of every young person, believer, religious or not. Young people are the best advertisement for the Church. Through their testimony, their friends and acquaintances find their way to a temple. If the Church loses youth, it will start to disappear more and more.¹⁹

LIFE SITUATIONS OF YOUNG PEOPLE AND THE GOSPEL AS THE CENTRAL POINT OF THE CHURCH’S ACTIVITY

Relations between the Church and young people must be shaped by the message of the Gospel, which is the basis of working with young people in the Church and,

¹⁶ Conversation held on the 23rd of March 2019.

¹⁷ See C. Uhlmann, *Wie „tickt“ die Jugend?*, in: *Adoleszenz in schwierigen Zeiten*, ed. H. Kipp, A. Richter, E. Rosenstock-Heinz, Psychosozialverlag, Gießen 2018, pp. 11–20.

¹⁸ Conversation held on the 23rd of March 2019.

¹⁹ See A. Stopka, *Religijność młodych na rozdrożu. „Czy sprawy można zmienić?”*, <https://pl.aleteia.org/2017/07/28/religijnosc-mlodych-na-rozdrozu-czy-sprawy-mozna-zmienic/> [viewed 19.06.2019].

thus, it should be constantly reminded and developed in the light of the current situation of young people. Only the Gospel can bear fruit and bring about a series of valuable pastoral activities addressed to young people and implemented together with them.

The Church's activities are undertaken in the hope that the Gospel will become visible and tangible in the world for the young generation. According to the Gospel, faith comes through the Spirit of God and is, therefore, a gift. This fundamental belief continues to determine the relationship between the Church and youth. The transmission of faith depends on whether people discover and experience themselves how the Gospel revives religious practices, communities, the Church's activity towards the young, and what support it gives to the charitable work every day.

Simultaneously, Church activities offered to young people cannot be determined solely by adults' interpretation of the word of God. Young people themselves should discover the life-giving effects of God's word in their world by discussing the Gospel with other young people and adults. The main task of the Church – the transmission of the Gospel – should be regarded as “a conversation about the promise and the reality”. In this communication, tradition and the current situation of young people become interrelated in a dynamic process; in other words, the Gospel becomes intertwined with teens' life.²⁰

Such an interaction can occur and be successful in various circumstances, e.g. during biblical work, on a rowing trip, during a youth service, a pastoral meeting, a meeting in a bar in a recreation center for youth, during a Church event for the youth, a religious education class or spontaneous youth prayer during a bonfire service. Knowing the difficulties of living the Gospel on a daily basis, the Church should avoid giving specific theological fields a privileged position (e.g. focusing in sermons or catechesis only on the Catholic sexual ethics) and creatively search for different areas where the Church and youth can meet.²¹

The Church's work with young people is shaped by the situation of young people themselves. On the one hand, youth is perceived in terms of a “generational position” (Karl Mannheim), which depends on the age, fashion, style and beliefs of

²⁰ See XV Ordinary General Assembly of the Synod of Bishops, *Youth, faith and discernment of vocation*, op. cit., no. 128.

²¹ See *ibid.*, no. 8–9.

young people. This generational position has been repeatedly described in youth research. On the other hand, young people, as individuals, receive a religious offer that can be significantly different from what the mainstream of teenage life brings. This offer responds much less to the characteristics of a generational position than to the individual life situation of a young person. The generational position of teenagers, as well as their individual life situations should be the starting point for Church activities undertaken with young people.²²

In addition, the Church needs to take into account different environments with which young people feel connected. The environment creates youth culture, and thus relationships with the Church and faith. What is characteristic of modern times is that the “youth” in today’s Church are already scarcely present. There are many different ways of living during adolescence that are more interesting than stiff church structures. Talking about the youth in the Church means embracing the diverse ways of life of young people.²³

Various forms of youth participation in the Church can, and should, be understood as “Ecclesia”. The Church community does not comprise adults only. The Church manifests itself not only by the presence of church structures and the pastoral work with young people, but it is young people who shape the Church through their participation. The Gospel message challenges young people by formulating a promise and an expectation. Understanding and accepting the Gospel is a critical condition for young people to enter the community of the Church.

THE INDIVIDUALITY OF YOUNG PEOPLE AND THE SUBJECTIVE ORIENTATION OF THE EVANGELICAL PROPOSALS

Young people grow up in different life situations that shape the individuality of each person. Given the diversity of life circumstances, young people need to find their own way of participating in society and develop a plan to live in a multi-position society that constantly demands making decisions and defining the surrounding reality. Adolescence is a period of life in which people face two major

²² See K. Mannheim, *Problem młodzieży w nowoczesnym społeczeństwie*, in: *Młodzież jako problem i wyzwanie ponowoczesności*, ed. Krystyna Szafraniec, Toruń 2011.

²³ It is worth getting acquainted with the sociological research among young Europeans conducted before the synod on the young: S. Bullivant, *European youth and religion. Results of the European Social Survey (2014–2016)*, London 2018.

challenges. Firstly, they face the challenge of dealing with developmental tasks such as shaping identity, developing competences, separating from family and origin, or coping with their own sexuality. Secondly, young people, as “quasi-adults”, must solve everyday problems, such as finding themselves on the qualifications and labor market and making risky career choices. Recognizing these aspects, young people must move independently and decisively in society.

Some find pragmatic and creative ways to constructively deal with the challenges that oscillate between social determination and individual self-determination (Sennett 1998). Others have little competence in dealing with this ambivalence.²⁴

In addition to real life problems, one should point to compensatory behavior of young people as a response to specific restrictions resulting from the acceleration of the pace of life and changes in the modern world. The enormous requirements for shaping one’s own identity are often geared towards risky behavior in free time, jeopardizing psychophysical health and increasing addictions.

Young people, who start their adult lives with small material and social resources, have little chance of meeting these requirements, which often results in resignation, long-term stay in problem groups and aggressive or auto-aggressive behavior. In general, the importance of close family and a reference group is important for young people, even when their own family situation is rebuilt and changed many times. Young people hope for optimal living conditions for themselves. This is manifested, for example, in the ever-growing pursuit of one’s own stable partnerships, success in starting a family and fulfilling the role of parents, and in the quest for friendship. Belonging to a reliable reference group seems to be an important factor in the stabilization, verification and further development of the appropriate construction of one’s own world. In this context, generational conflicts are now less severe than a few decades ago.²⁵

The Church’s response to the life situation of young people nowadays should lie in the evangelical education of young people, which has been proven for centuries. Healthy youth formation has been led for generations by religious communities working among young people, including Salesians, Piarists, Pallottines,

²⁴ See K. Szafraniec, *Młodzi 2011*, Warszawa 2011.

²⁵ XV Ordinary General Assembly of the Synod of Bishops, *Youth, faith and discernment of vocation*, op. cit., no. 10–14.

Jesuits, or Dominicans. In this sense, education means demanding that man fulfill his purpose as God's creation in aspects that go beyond social norms and short-term purposefulness. Education understood in such a way emphasizes the autonomy and uniqueness of the person before God. Therefore, man is expected to make independent judgment on theological matters.²⁶ At the center of education is man himself, not his functioning in society, the Church or economy. Therefore, Church proposals addressed to young people should focus on the needs corresponding to their individual and generational situation. The subjective orientation should not be confused with the so-called "fun orientation", which rejects the idea of imposing subordination, requirements and supporting maturity. Young people can be encouraged to make decisions based on the Gospel in which they can experience the promise and requirements of the Gospel message and explore the importance of Christian freedom for their own lives. This requirement allows teenagers to exercise their freedom while deliberately giving up less valuable activities. For example, empirical studies show that young people volunteer for an activity when it opens up the opportunity to answer the question: "Am I important and one of a kind?" And thus enables the recognition and experimentation with life plans.²⁷

Appreciating the personal and interpersonal competences of young people requires appropriate motivation as well as specific offers and support systems. They should be based on the attitude of openness to ideological issues, ability to deal with problems, as well as an open access to social spaces. The subjective orientation of proposals for young people requires freedom in which they could act independently.

LONGING FOR A RELIGIOUS ORIENTATION AND THE OFFER OF THE CHRISTIAN COMMUNITY

Many young people long for an orientation that would give meaning to their life, and, thus, for some religious proposals. Young people want to interpret their life experiences in a way that would offer them a diagnosis and, simultaneously,

²⁶ See P. Tomasik, *Możliwości ewangelizacji w szkolnym nauczaniu religii*, in: *Katecheza ewangelizacyjna. Poszukiwania koncepcji*, ed. P. Mąkosa, Lublin 2010, pp. 67–83.

²⁷ See P. Tomasik, *Możliwości ewangelizacji w szkolnym nauczaniu religii*, in: *Katecheza ewangelizacyjna. Poszukiwania koncepcji*, ed. P. Mąkosa, Lublin 2010, pp. 67–83.

give a prescription for future life. The experience of breakdowns in everyday life and the dynamics of growing up often leads to the longing for transcendence and spirituality of what goes beyond young people's individual existence. This longing is only partly quenched by religious socialization in the family or peer group. The question arises: which religious forms can be used to answer this longing?

In the opinion of young people, the Church is not a popular institution. It ranks right before political parties. That is why for many young people Christian churches are not the first address to seek support in the matters of sense, especially in the beginning. Nevertheless, "Religion Monitor" 2008 (Bertelsmann Stiftung) clearly shows that youthful religiosity has in no way disappeared. Even traditional beliefs, for example those relating to the image of God, resurrection or faith in creation, lose little importance in the perspective of past centuries. However, faith in a personal God is apparently losing its value.²⁸

With their questions, longings and needs, young people live in a society which offers them a variety of ways of rediscovering a sense of life. They reach young people without asking for permission. First of all, the number of quasi-religious products that are free for interpretation has increased significantly. Films and novels present excavations of historical church and pseudo-church characters. Live role-playing games give one the opportunity to identify oneself with fairies, witches or monks. Computer RPGs open up the possibility of looking at one another through the prism of divine attributes, as well as survival in virtual worlds.

Young people respond to this market situation by matching the religious and esoteric elements offered to them with their own needs and combining them into one religion (handicraft or *patchwork*). They check various solutions in terms of their practical use and socialization. In doing so, they do not want to be told what to do or be corrected. They prefer to be open and flexible and avoid institutional obligations. The Church is just one of many providers of meaning and can no longer rely on occasional bonuses or religious socialization in childhood. Even in churches, among faithful young people there are mixed forms of Christian beliefs and those that come from other traditions. One can observe more and more

²⁸ See *Religion Monitor 2008 Europe. Overview of religious attitudes and practices*, Bertelsmann Stiftung, Gütersloh 2009.

“religious flaneurs” who selectively and temporarily engage in religious matters or participate in religious meetings, but then withdraw and lose their interest in religion. Therefore, youth religiosity cannot be measured solely by the intensity of one’s willingness to commit to the institution of the Church and one’s involvement in its matters.²⁹

The Church encourages youth to think critically and reflect on popular youth culture and engages in a dialogue with it. Until now, however, these have rather been occasional actions, with little use of coordinated measures. It is worth noting that the Church’s involvement in the development and implementation of legislation on the protection of minors also contributes to the discussion on the quality of judgment and how it is shaped through film, television or the Internet.

In the face of young people’s longing for a religious orientation and a diversity of proposals offered to them, individual pastoral conversations are becoming increasingly important for young people. To those young people who can listen, the Church offers a scope for action, whether they are volunteers, youth group leaders, church team members, religion teachers or educators in the parish and social services. It is important to maintain this potential and continue to cultivate it for young people.³⁰

THE POPE WANTS NON-CONFORMING YOUTH

2018 was the Youth Year in the Catholic Church. Just before Easter, Francis called young people to be rebels and non-conformists. This means difficult times for the Catholic Church because young people’s demands, for example for greater equality for women, are extremely loud.

Francis is afraid that youth will be left alone in society and the Church. At the Synod of Bishops in Rome in October 2018, it was discussed how this could be prevented. Since it is the clergy that mainly participates in such events, the Vatican had been seeking in advance to talk directly with the young³¹, so in the autumn of 2017 a global online survey was conducted. In this way, the Vatican

²⁹ See *ibid.*

³⁰ See H. Zaręba, *W kierunku jakiej religijności? Studia nad katolicyzmem polskiej młodzieży*, Warszawa 2008.

³¹ See XV Ordinary General Assembly of the Synod of Bishops, *Youth, faith and discernment of vocation*, op. cit., no. 1–3.

wanted to learn more about the realities of young people's lives, their problems and challenges they face in planning their lives, as well as their attitude towards the Church. Over one hundred thousand young people took part in the study. Although the Vatican expressed its satisfaction with the survey, taking into account that the Church is an organization with about 1.2 billion members, on a global scale, the number of respondents that participated in the study questions the representativeness of the study sample. It could be a sign that not only in Europe, but around the whole world, many young people turned their back to the Church and did not expect too much from this institution.

The Pope wants to counteract this situation with his current initiatives. He asked students, instead of theologians, bishops or cardinals as in previous years, to write a meditation on the traditional Way of the Cross at the Coliseum on Good Friday. In mid-March 2018, he invited three hundred young people from around the world to the Vatican. He asked them to contribute to the autumn discussion at the Synod of Bishops. Young people were asked to outline their current life situation and form their expectations towards politics, society and the Church.

About 15,000 young people from all over the world participated in conversations in the Vatican through various Facebook groups. Most of the participants were Catholic, but the Vatican intentionally invited young people from other religions, as well as those who call themselves atheists.

The youth discussed unemployment, poverty and justice, human trafficking and corruption in the state and economy, democracy in the Church and persecution of Christians. It was about showing the ambivalence of technological progress and the digital revolution. Young people agreed that they want tips and guidance when making decisions. But at the same time they made it clear that they want to act themselves; they do not want adults to decide for them. Discussions have shown that the life situations of young people around the world are very different, so different answers will be needed. For the Catholic Church, this means that it will have to take into account diversity in its approach towards and understanding of many religious and social issues, including Catholic sexual morality, since young people criticized the Church's one-sided approach to this important area of their lives.³²

³² See *Instrumentum laboris Synodu nt. młodzieży*, <https://episkopat.pl/instrumentum-laboris-synodu-nt-mlodziezy/> [viewed 05.09.2019].

At the end of the weekly discussions, the young adopted a twelve-page document. They complained that the Church is often too “moralistic”, that it needs a modern language and must be in places where there are young people: on the streets, in bars, cinemas or on sports fields. It is interesting that the topic: “Woman in the Church and society” was extensively debated. Although young people did not speak directly about the priesthood of women, they called for a greater visibility of women in decision-making positions in the Church. On the one hand, Pope Francis has repeatedly stressed for five years that he wants more women in decision-making positions in the Church, but so far he has not given clear signals and structurally has not created conditions for the presence of women in the Church’s leadership in the Vatican. It will be interesting to see, therefore, whether “non-conforming” young people he constantly wishes to be present in the Church will make him more consistent in this aspect.

Don’t we notice how disgusting it is to become “like everyone else”? In a book-length interview, which was published shortly before Easter 2018 in several languages, in the chapter entitled “God is young” Francis speaks about a young generation. The Church and society should support a young generation so that they become a generation of “non-conformists”. The Pope regrets there is a lack of employment opportunities and prospects for young people. He becomes concerned that there is a growing pressure to adapt to certain standards imposed by society. As an example, he mentions cosmetic treatments that are becoming more common among young people. Beauty mania ultimately dehumanizes the human beauty. “Do we not realize how ugly it is to become like everyone else?” – says Francis.³³

Francis wants the Catholic Church to care more for young people. At the level of the universal church, he initiated a consultation process. However, the situation in the Church will change only if those responsible at the lower levels seriously engage in conversations with the younger generation. The Pope does not seem to be afraid that young people, who are non-conformists, will also ask difficult questions and test old traditions. This should raise concern, especially among conservative forces in the Catholic Church. In any case, the game is at stake for the Church.

³³ See Francis, *Otwieranie drzwi. Rozmowy o Kościele i świecie*, Kraków 2018.

If it does not take the dialogue with young people seriously and is not ready for change, the Church may eventually lose touch with the younger generation.³⁴

RAISING AWARENESS

In such a complex and challenging situation, the following elements are necessary:

- spiritual scouts (also street priests),
- specially designated time,
- centers of contemporary youth culture,
- centers of art, discussion, music, dance and prayer,
- projects and events such as the World Youth Meeting in Taizé or the World Youth Day,
- liturgical meetings, also at unusual times and in unusual places.³⁵

It is about building and activating social networks of relationships as carriers of new communication and new credibility. In particular, the Church should strive to ensure that the Christian tradition acquire the character of individual experience of faith proclaimed in the family, which today is facing a number of difficulties, but also in informal groups (friends, neighbors, etc.) with which young people are in contact every day.³⁶

It must be clearly stated that the current forms of Church pastoral care largely differ from the mentality of incoming generations. Limiting pastoral activities in many parishes to organizing pilgrimages to holy places and collection for the construction of the church and material support of the parish is currently insufficient. A coordinated and planned action is needed to accompany young people in all dimensions of their lives, taking into account cultural and moral values.

³⁴ See XV Ordinary General Assembly of the Synod of Bishops, *Youth, faith and discernment of vocation*, op. cit., no. 128–143; Francis, *Christus vivit*, op. cit., no 198–201.

³⁵ See M.N. Ebertz, *Aufbruch in der Kirche. Anstöße für ein zukunftsfähiges Christentum*, Freiburg 2003.

³⁶ See M.N. Ebertz, „Heilige Familie“ – ein Auslaufmodell? *Religiöse Kompetenz der Familien in soziologischer Sicht*, in: *Gottesbeziehung in der Familie. Familienkatechetische Orientierungen von der Kindertaufe bis ins Jugendalter*, ed. A. Biesinger, H. Bendel, Ostfildern 2000, pp. 16–43.

INSTEAD OF THE ENDING

Working in the Church with young people and for young people is what we call youth ministry. The Church not only wants to work with young people who are close to the church, but wants to do something for all young people. The Church wants to draw attention to how young people live today and what they need for a happy and fulfilled life. In various youth pastoral activities, such as youth social work, working with young adults or youth education centers, the needs of young people are addressed.

The fundamental commitment of Church structures to read the signs of the times, especially in the context of young people, should be based on Pope Francis' "Evangelii Gaudium" exhortation and its foundations: "Goodness always tends to spread. Every authentic experience of truth and goodness seeks by its very nature

As long as the Church finds ways to attract young people and their potential, it will not lose youth, because youth are seeking people – and this will not change in the 21st century.

to grow within us, and any person who has experienced a profound liberation becomes more sensitive to the needs of others. As it expands, goodness takes root and develops. If we wish to lead a dignified and fulfilling life, we have to reach out to others and seek their good. In this regard, several sayings of Saint Paul will not surprise us: "The love of Christ urges us on" (2 Cor 5:14); "Woe to me if I do not proclaim the Gospel" (1 Cor 9:16)."³⁷

This bold idea should become the foundation of youth pastoral work. The idea is to think in terms of communication by faith.

Such modern phenomena as music, film or blogging also affect the way we communicate with God and engage in a dialogue with God in the liturgy. Conversely, the symbolic basic structure and the communal character of experiencing

³⁷ Francis, *Evangelii Gaudium*, Vatican City 2013, no. 9.

the liturgy demands the inclusion of the world in which a young person is brought up to experience a real, personal relationship with God.

The Church still wants to reach young people. This, however, means that it must offer them something they will not find elsewhere. Impressive examples are the international Taizé meetings or the annual Diocesan Youth Meetings. At these meetings, young people deal with questions about life, God and the future. Young people also appreciate the ministerial and parish groups, summer camps and youth church workers' offers. As long as the Church finds ways to attract young people and their potential, it will not lose youth, because youth are seeking people – and this will not change in the 21st century.

REFERENCES

- Albert M., Hurrelmann K., Quenzel G., & Schneekloth U., *Jugend 2010: die 16. Shell Jugendstudie. Diskurs Kindheits- und Jugendforschung*, „Journal of Childhood and Adolescence Research” 2011, 6(2), pp. 199–205.
- Bullivant S., *Europejska młodzież i religia. Wyniki Europejskiego Sondażu Społecznego (2014–2016)*, London 2018.
- Conversations held on the 23rd of March 2019.
- Ebertz M.N., „Heilige Familie” – ein Auslaufmodell? Religiöse Kompetenz der Familien in soziologischer Sicht, in: *Gottesbeziehung in der Familie. Familienkatechetische Orientierungen von der Kindertaufe bis ins Jugendalter*, ed. A. Biesinger, H. Bendel, Ostfildern 2000, pp. 16–43.
- Ebertz M.N., *Aufbruch in der Kirche. Anstöße für ein zukunftsfähiges Christentum*, Freiburg 2003.
- Francis, *Christus vivit*. Post-synodal apostolic exhortation to young people and the whole People of God as a summary of the 15th Ordinary General Assembly of the Synod of Bishops, Vatican City 2019.
- Francis, *Evangelii gaudium*, Vatican City 2013.
- Francis, *Otwieranie drzwi. Rozmowy o Kościele i świecie*, Kraków 2018.
- Gensicke Th., *Jugend und Religiosität*, in: *Jugend 2006*, Frankfurt a.M. 2006, pp. 203–240.
- Großegger B., „Seinen Platz im Leben finden ist manchmal schwierig ...” *Jugend zwischen Spaßprinzip und Zukunftsangst*, in: *Wege aus der Angst. 37. Jahrbuch der Diözese Gurk*, ed. Bischöfliches Gurker Ordinariat, Klagenfurt 2013, pp. 39–41.
- “Letter to young people” written at the end of the 15th Annual General Assembly of the Synod of Bishops 2019 <https://episkopat.pl/dokument-koncowy-synodu-biskupow-mlodzi-uczestnikami-i-wspoltworcami-zgromadzenia/>.
- Instrumentum laboris Synodu nt. młodzieży*, <https://episkopat.pl/instrumentum-laboris-synodu-nt-mlodzi/>.
- Kaufmann F.-X., *Wie überlebt das Christentum?*, Freiburg–Basel–Wien 2000.

- www.deon.pl/religia/kosciol-i-swiat/z-zycia-kosciola/art,36155,ojcowie-synodalni-napisali-list-do-mlodziezy-wiatr-ducha-wieje-mocniej-rozpraszajac-chmury.html.
- Mannheim K., *Problem młodzieży w nowoczesnym społeczeństwie*, in: *Młodzież jako problem i wyzwanie ponowoczesności*, ed., Krystyna Szafranec, Toruń 2011.
- Polak R., *Megatrend Religion? Neue Religiositäten in Europa*, Ostfildern 2002.
- Religion Monitor 2008 Europe. Overview of religious attitudes and practices*, Bertelsmann Stiftung, Gütersloh 2009.
- Sozialwissenschaftliches Institut der Evangelischen Kirche in Deutschland, *„Was mein Leben bestimmt? Ich!“ Lebens- und Glaubenswelten junger Menschen heute*, Hannover 2018.
- Stopka A., *Religijność młodych na rozdrożu. „Czy sprawy można zmienić?”*, <https://pl.aleteia.org/2017/07/28/religijnosc-mlodych-na-rozdrozu-czy-sprawy-mozna-zmienic/>.
- Szafranec K., *Młodzi 2011*, Warszawa 2011.
- Szelągowska-Mironiuk A., *Religijność młodych – co poszło nie tak?*, www.deon.pl/religia/kosciol-i-swiat/komentarze/art,3288,religijnosc-mlodych-co-poszlo-nie-tak.html.
- Tomasik P., *Możliwości ewangelizacji w szkolnym nauczaniu religii*, in: *Katecheza ewangelizacyjna. Poszukiwania koncepcji*, ed. P. Mąkosa, Lublin 2010, pp. 67–83.
- Uhlmann C., *Wie „tickt“ die Jugend?*, in: *Adoleszenz in schwierigen Zeiten*, ed. H. Kipp, A. Richter, E. Rosenstock-Heinz, Psychosozialverlag, Gießen 2018, pp. 11–20.
- XV Ordinary General Assembly of the Synod of Bishops, *Youth, faith and discernment of vocation*. A final document, Vatican City 2018.
- Zaręba H., *W kierunku jakiej religijności? Studia nad katolicyzmem polskiej młodzieży*, Warsaw 2008.

Biogram

Fr. Dariusz Pater, dr hab. of theological sciences, prof. UKSW, Faculty of Theology UKSW in Warsaw, theologian, bioethicist, psycho-oncologist.