**DIECEZJALNE I PARAFIALNE MEDIA**

**KOŚCIOŁA TARNOWSKIEGO**

***– Konspekt –***

**MEDIALNA PIEŚŃ SŁONECZNA[[1]](#footnote-1)**

*Pochwalony bądź, mój Panie,*

*z wszystkimi Twoimi dziełami,*

*szczególnie bratem telewizorem,*

*który wypełnia godziny naszych dni,*

*i jest piękny i promieniujący wielkim blaskiem*

*i nosi, Najwyższy, Twoją pieczęć.*

*Bądź pochwalony, mój Panie, za siostrę radio:*

*dzięki niej wiadomości przenikają niebo*

*i świat staje się bliski.*

*Bądź pochwalony, mój Panie, za siostrę gazetę*

*która mnie informuje o chmurach i pogodzie*

*losów ludzkich;*

*przez nią karmisz nas poznaniem*

*tak wielu stworzeń.*

*Pochwalony bądź, mój Panie,*

*za wszelki rodzaj informacji,*

*pożyteczny wielce,*

*który potrafi być pokorny i prawdziwy, i czysty*...

1. **WIDZIEĆ – media (w) diecezji tarnowskiej**
2. **„Gość Niedzielny” Tarnów: www.tarnow.gosc.pl**

****

 Gość Tarnowski jest kroniką wydarzeń diecezjalnych i parafialnych. Pisze o wielu inicjatywach ewangelizacyjnych. Promuje katolickie stowarzyszenia, ruchy i wspólnoty. Ukazuje pozytywne świadectwa wiary i miłości do Boga i Kościoła. Pamięta też o potrzebujących i wspiera działalność diecezjalnej Caritas. Informuje o zaangażowaniu misyjnym Kościoła tarnowskiego. Jest także strażnikiem kulturowego dziedzictwa diecezji tarnowskiej. Od pięciu lat Gość Tarnowski intensywnie działa również w sieci internetowej poprzez własną stronę internetową oraz profil FB.

**Tygodnik – wydanie papierowe:**

Średni nadział na parafie w 2019 roku: 12 tys. egzemplarzy

Średnia sprzedaż w 2019 roku: 9 tysięcy egzemplarzy

**Strona internetowa:**

Liczba użytkowników w 2019 roku: 675 913

Średnia liczba odsłon w 2019 roku: 30 398 485

**Kontakt**: tarnow@gosc.pl

1. **Niedziela Małopolska / „Tarnowska”: www.** **krakow.niedziela.pl**

****

Istnieje od 2018 roku. Co tydzień publikuje materiały ukazujące bogactwo i różnorodność tarnowskiego Kościoła. Towarzyszy im zawsze myśl/nauczanie Biskupa Tarnowskiego. **Kontakt:** redakcja.krakow@niedziela.pl

1. **Katolicka Agencja Informacyjna: www.ekai.pl**

****

Dla dziennikarzy stanowi podstawowe źródło informacji o Kościele w Polsce. O tym, co dzieje się w diecezji tarnowskiej można przeczytać: [ekai.pl/diecezje/tarnowska/](https://ekai.pl/diecezje/tarnowska/). Kontakt z diecezjalną korespondentką KAI w Tarnowie, Ewą Biedroń: ewa@rdn.pl

1. **Promyczek: www.promyczek.pl**

 

Promyczek Dobra to pierwszy tytuł prasowy dla dzieci, jaki pojawił się w nowej polskiej rzeczywistości po 1989 roku. Do miesięcznika zwykle dołączana jest płyta czy inny atrakcyjny dziecięcy gadżet. Nakład: Promyczek Dobra – 13 tys. egzemplarzy; Mały Promyczek – 5 tys. Na 454 parafii diecezji tarnowskiej, 280 rozprowadza Promyczka (tj. ok 60-65 proc.), w ilości: PD: 5,5 tys. + MP: 2,4 tys. egz. Około 170 parafii diecezji tarnowskiej nie udostępnia Promyczka. Czasopismo rozchodzi się również w Polsce: PD: 7 tys. + MP: 2,6 tys. egzemplarzy, oraz za granicą: 500 egzemplarzy – Niemcy; 75 – Francja; 25 – Rzym.

**Kontakt**: wydawnictwo@promyczek.pl

1. **Portal Diecezji Tarnowskiej: www.diecezja.tarnow.pl**



Portal prezentuje m. in. informacje z życia Kościoła tarnowskiego, zapowiedzi wydarzeń, kalendarium Pasterza, oraz adresy stron parafii diecezji tarnowskiej. W roku 2019 portal odnotował 2 691 721 odsłon; zaś ogólna liczba użytkowników wyniosła 248 000 (średni czas przebywania na stronie 1, 34 sek.).

Wszystkie parafie diecezji tarnowskiej mają na diecezjalnym portalu tzw. wizytówki – łącznie z rektoratami tych wizytówek jest 467. Parafii w diecezji tarnowskiej mamy 454; własne strony WWW posiada 305 wspólnot parafialnych: na serwerze DT 149, a na serwerach zewnętrznych 156.

Kontakt: redakcja@diecezja.tarnow.pl

1. **RDN Małopolska RDN Nowy Sącz:** [**www.rdn.pl**](http://www.rdn.pl)

 ****

Radio diecezji tarnowskiej nadaje całodobowy program we wschodniej części Małopolski oraz zachodniej Podkarpacia, obejmując swym zasięgiem 1, 5 mln potencjalnych słuchaczy.

RDN Małopolska – zasięg dzienny: 9,70 proc. (drugie miejsce w Tarnowie po radiu Eska); średni czas słuchania w ciągu dnia: 2, 38 min (drugie miejsce po radiu Pogoda); zasięg tygodniowy: 49,82 proc. (drugie miejsce po radiu Eska).

RDN Nowy Sącz – zasięg dzienny: 8, 69 proc. (trzecie miejsce w regionie po Eska i radiu Złote Przeboje); średni czas słuchania w ciągu dnia: 2, 19 min (pierwsze miejsce w regionie); zasięg tygodniowy: 4, 2 proc. (pierwsze miejsce w regionie).

Kontakt: info@rdn.pl; sacz@rdn.pl

1. **Synaj.tv:** [**www.synaj.tv**](http://www.synaj.tv)



Synaj.tv to młodzieżowe medium, które swoje zasięgi buduje głównie w oparciu o media społecznościowe. W ostatnich czterech miesiącach Synaj pomnożył wyniki o ponad 300 proc.Filmy, publikowane na Fanpage’u na Facebooku jak i na kanale na YouTubie, osiągają ponad 24 tys. wyświetleń. Notowane są też rekordowe zasięgi postów. Galeria najładniejszych szopek w diecezji tarnowskiej dotarła do ponad 135 tysięcy odbiorców.Miesiąc styczeń 2020 roku to ponad 600 tysięcy odbiorców. Graficzne serie, plakaty czy filmiki promujące wydarzenia odbywające się w różnych zakątkach diecezji (przesyłane przez samych organizatorów), przynoszą znaczne zasięgi. W tym momencie ich średnia to około 3000/4000na post. **Kontakt**: synaj@synaj.tv

1. **Synodtarnow.pl**



 Specjalny portaI V Synodu Diecezji Tarnowskiej przybliża fenomen synodu, opisuje jego strukturę i funkcjonowanie, prezentuje najważniejsze i najświeższe synodalne informacje, sprawozdania z posiedzeń komisji oraz fotorelacje.

 **Kontakt**: synod@diecezja.tarnow.pl

Ponadto audycji synodalnych można słuchać na falach radia RDN Małopolska co drugi piątek miesiąca o godz. 21.30; zaś teksty poświęcone Synodowi czytać na witrynie Tarnowskiego Gościa: <https://tarnow.gosc.pl/Synod>

1. **Inne**

Tak media ogólnodiecezjalne, jak i wiele parafialnych posiadają swe konta na Facebooku, Twitterze, Youtubie, Instagramie. Wiele parafii wydaje papierowe gazetki (od biuletynu po periodyki), które bywa, że osiągają pokaźny nakład oraz ponadparafialny zasięg (na temat gazetki parafialnej zob. „Materiały Pomocnicze”, punkt 6).

1. **OCENIAĆ – jak powinno być?**

Podział na media diecezjalne i parafialne nie jest do końca precyzyjny, albowiem – formalnie rzecz biorąc – wszystkie media parafialne są zarazem diecezjalnymi, a diecezjalne – skoro chcą trafiać do parafii – parafialnymi. Zasadniczym kryterium różnicującym może być przede wszystkim zasięg oddziaływania, ale i to kryterium w dobie internetu jest względne.

Warto podkreślić tę parafialno-diecezjalną współzależność, która z jednej strony powinna wykluczać ducha potencjalnego niezdrowego współzawodnictwa, a z drugiej uzmysławiać kościelną jedność, wspólnotę celów i konieczność współdziałania.

**Piękna tradycja**

Media Kościoła tarnowskiego mają wielką tradycję. Zmiany ustrojowe oraz postęp technologiczny Polski, umożliwiające rozwój masowych publikatorów, w diecezji tarnowskiej były niejako od razu aplikowane. W tarnowskim Wyższym Seminarium Duchownym 1 października 1991 roku została uruchomiona pracownia komputerowa – pierwsza tego typu w Polsce na uczelni katolickiej; zaś do programu studiów seminaryjnych wprowadzono informatykę. W 1990 roku (26 listopada) powstało Wydawnictwo Diecezji Tarnowskiej Biblos. Rok później w grudniu, jako pierwszy dziecięcy tytuł prasowy w nowej polskiej rzeczywistości, ukazał się Promyczek Dobra. Początek lat 90. XX wieku – po komunistycznych blokadach i cenzuralnych reglamentacjach – to wysyp a zarazem złota era gazetek parafialnych. Rok 1993 przynosi diecezjalny tygodnik Gość Niedzielny (sierpień), oraz diecezjalną rozgłośnię Radio Dobra Nowina (grudzień). W 1996 roku (7 października) w seminarium tarnowskim powstaje pierwszy w Polsce na katolickiej uczelni serwer internetowy (własne adresy e-malowe zyskują wszystkie główne podmioty diecezjalne oraz wykładowcy seminaryjni). Zaś 24 lutego 1997 roku rusza witryna internetowa Kościoła tarnowskiego. Oficjalna strona Stolicy Apostolskiej została uruchomiona ponad miesiąc później: 30 marca 1997 roku (vatican.va). Tak więc w pewnym (medialnym!) sensie Kościół tarnowski wyprzedził cały Kościół powszechny.

**Medialna chluba**

Z perspektywy tak pięknych tradycji nie dziwi więc autentyczne bogactwo naszych mediów kościelnych. Radio RDN ze swoim profilem, zasięgiem i słuchalnością jest fenomenem na skalę krajową, a nawet poniekąd europejską; dla porównania działające po sąsiedzku w diecezji rzeszowskiej radio Via notuje zasięgu dziennego 4 proc. (wobec prawie 10 proc. RDN), jego słuchalność dzienna to 1,30 min (wobec prawie 2,38 min RDN Małopolska). Tarnowski Gość ze swoim nakładem 9 tys. egzemplarzy jest właściwie na pierwszym miejscu w peletonie wszystkich 20 dodatków ogólnopolskiego Gościa Niedzielnego (zaraz za mutacją katowicką, która miała dużo wcześniejszy „start” oraz inne bardziej swojskie tradycje). Fenomenem jest również dziecięcy Promyczek wydawany w Nowym Sączu, który bez kompleksów „podbija” całą Polskę, a nawet Zachód Europy. Tworzona przez grupkę młodych zapaleńców diecezjalna telewizja internetowa Synaj.tv z ponad 600 tys. odbiorców w jednym tylko miesiącu to nadzwyczajne zjawisko nie tylko medialnie, ale i religijnie. Fenomen o nazwie Synaj.tv uświadamia też podwójnie ewangelizacyjny wymiar katolickiego medium: na zewnątrz oraz do wewnątrz. Religijne medium ewangelizuje zawsze najpierw tych, którzy je tworzą. Do tego katalogu dumy można by jeszcze dodać wiele gazetek parafialnych, pięknie prowadzonych parafialnych witryn czy kont, jakie w mediach społecznościowych mają tak poszczególne parafie, jaki i wiele działających w diecezji ruchów i stowarzyszeń religijnych.

Specjalnie więc nie dziwią słowa Marii Fortuny-Sudor, redaktorki Niedzieli Małopolskiej, która wyznaje: „Służyć takiej diecezji, takim parafiom to dla nas zaszczyt. Według mnie diecezja tarnowska to kopalnia ubogacających tematów. Jako redaktor odpowiedzialna za edycję małopolską bardzo cieszę się, że Niedziela jest w tej diecezji! A martwi mnie tylko to, że tak mało mamy dla was miejsca. Ale jak to mówią, nie do razu Kraków zbudowano… Wszystko, da Bóg, przed nami”.

**Łyżka octu w beczce medialnego miodu?**

Piękne tradycje, jeśli nie mają być tylko ckliwą ornamentyką przeszłości, powinny zobowiązywać, powinny być pielęgnowane i rozwijane. Szczególnie w dziedzinie mass mediów sprawdza się ta prawidłowość, wedle której, kto nie idzie na przód, ten się cofa. Trzeba by więc w kontekście synodalnych refleksji zrobić szczery rachunek sumienia czy dobrze rozwijamy zobowiązujące dziedzictwo przeszłości, czy je pomnażamy dbając tak o media diecezjalne, jak i parafialne. Ich zasadniczą rolą jest optymalizacja wewnątrzkościelnej komunikacji, umocnienie wspólnoty oraz przygotowywanie na spotkanie Boga i bliźniego w realnym świecie. Takie zadanie mediów podkreślał papież Franciszek w ubiegłorocznym Orędziu na Dzień Środków Społecznej Komunikacji (zob. „Materiały Pomocnicze”, punkt 1).

Czy umożliwiamy tę wzajemną komunikację oraz to spotkanie w wystarczającym stopniu? Innymi słowy: czy doceniamy rolę mediów w życiu diecezji tarnowskiej, dbamy o ich rozwój i promocję? Ciesząc się tym co jest, zapytajmy: czy nie można by jednak robić więcej? Gdyby podzielić nakład Tarnowskiego Gościa przez liczbę parafii, wychodzi, iż do każdej naszej wspólnoty parafialnej trafia średnio prawie 20 egzemplarzy. To niezły wynik. Ale jeśli podzielić nakład Gościa wg liczby wiernych diecezji tarnowskiej (ok. 1 mln), okazuje się, iż na każdego diecezjanina przypada… 0,009 tygodnika. W podobnym kontekście warto by zapytać dlaczego aż 170 parafii nie sprowadza Promyczka, uniemożliwiając swym najmłodszym członkom korzystanie z jego lektury? A przecież nie sposób przecenić wyrabiania u dzieci błogosławionego nawyku korzystania z mediów katolickich. Niewątpliwie właśnie ta idea przyświecała Wydawnictwu Promyczek, które po 25 latach wydawania Promyczka Dobra, zdecydowało się na wydawanie Małego Promyczka, adresowanego do przedszkolaków.

W skali Polski w prowadzeniu własnej strony internetowej przoduje archidiecezja katowicka (86 proc.) i warszawska (81 proc.); najgorzej jest w diecezji radomskiej (35 proc.), kieleckiej (37 proc). i siedleckiej (39 proc.). W diecezji tarnowskiej na stan obecnej wiedzy wiadomo na pewno to, że 149 parafii posiada swą witrynę na bezpiecznym, pewnym, bezpłatnym (i jednoznacznie kościelnym) serwerze diecezjalnym, który (po modyfikacjach) działa bardzo dobrze. Gdyby wziąć ten współczynnik daje nam to 34 proc. w skali kraju. Dlaczego nie wszystkie 454 parafie chcą korzystać z diecezjalnego serwera? Dlaczego wiele parafii, mimo ponawianych apeli, nie jest zainteresowanych odpowiednim adresem mailowym, który jednoznacznie wskazywałby na ich kościelny charakter? Dlaczego witryny parafialne, lokowane poza diecezjalnym serwerem, bywają „zaśmiecane” dziwnymi reklamami czy linkami, czasem nielicującymi z powagą instytucji kościelnej; dlaczego zdarzają się witryny długo nieaktualizowane a nawet sprawiające wrażenie jakby zapomnianych…

Siła inercji, przyzwyczajenia, być może jakiś duch nieufności czy niezdrowej konkurencji (środki wydane lub zainwestowane w medium, mogą odbić się negatywnie na budżecie parafian i parafii…)?

Może powinniśmy – tak w wymiarze indywidualnym, jak i parafialno-wspólnotowym – my wszyscy, którzy przecież na co dzień obcujemy z różnymi mediami, przejrzeć się w słowach kard. Carlo M. Martiniego, arcybiskupa Mediolanu, jakie wypowiedział podczas jednej z sesji Rady Kapłańskiej: „Trudno jest znaleźć pieniądze na prasę i radio, bo ludzie przyzwyczaili się do inwestowania w konstrukcje i w budynki, i na tym poprzestają (...). Apeluję do kapłanów i wspólnot: niech krytycznie przejrzą i ewentualnie zmodyfikują priorytety pastoralne, biorąc pod uwagę, że dziś odpowiedzią na oczekiwania mężczyzn i kobiet jest szczególnie inwestowanie w mass media, przede wszystkim te, które w jakiś sposób mogą stworzyć kanały komunikacji na różnych poziomach w naszej diecezji”.

\*\*\*



1. **DZIAŁAĆ – co robić?**

*Oprócz ludzkiego czynnika, jak lenistwo, ignorancja, brak wiedzy równie istotne są ogólne braki mediów: pośpiech (należy zdążyć do kolejnego wydania), uniemożliwiający skupienie, niezbędne do zobaczenia zjawisk głębszych, często ważniejszych dla prawidłowej diagnozy niż efektowny, choć powierzchniowy greps; stadny instynkt żurnalistyki, który sprawia, że korespondenci walą kupą na miejsce zdarzeń; czy to wojna, czy pucz, czy konferencja prasowa i piszą, komentują, wszyscy to samo; pogoń za sensacją, skandalem i krwią, przy lekceważeniu powszedniości nieatrakcyjnej z punktu widzenia masowego czytelnika, skupienie uwagi na wielkiej polityce, z pominięciem peryferii i prowincji; wszystko to sprawia, że znakomita część dziennikarskich doniesień nie wychodzi poza banał, stereotyp lub podanie* (Mariusz Wilk „Wilczy notes”).

\*

*Aby się nie zagubić, powinniśmy oddychać prawdą dobrych historii, takich, które budują, a nie niszczą; historii, które pomagają odnaleźć korzenie i siłę, aby iść razem naprzód. W zamieszaniu otaczających nas głosów i przesłań, potrzebujemy ludzkiej narracji, która opowie nam o nas oraz o pięknie w nas mieszkającym; narracji, która potrafi oglądać świat i wydarzenia z czułością; opowiadającej o naszym istnieniu, jako o żywej tkance ukazującej splot powiązań, poprzez które jesteśmy złączeni jedni z drugimi* (papież Franciszek, Orędzie na Dzień Środków Społecznej Komunikacji A. D. 2020).

 Te dwa powyższe cytaty w sposób niezwykle sugestywny ukazują istotową różnicę między tymi dwoma światami: mediami laickimi i konfesyjnymi. Publikatory o proweniencji konfesyjnej, chrześcijańskiej, chcą pokazywać to, co zwykle pomija tzw. medialny mainstream; promować lokalność czy regionalność, jako atrakcyjną formę życia „tu i teraz”, uwypuklać pozytywne aspekty zwykłych zdarzeń, które nie są krzyczącymi sensacjami, a którymi oddychają przecież tysiące ludzi w powszednim życiu. Katolickie media starają się opisywać rzeczywistość językiem aksjologii chrześcijańskiej, służyć wzajemnej komunikacji i zbliżaniu ludzi, zawsze pamiętać o transcendentnym wymiarze osoby ludzkiej oraz jej powołaniu do wieczności. Do istoty ich misji należy nie tylko informacja, ale formacja i ewangelizacja.

Aby ta misja mogła być bardziej owocna, potrzebna jest współpraca ludzi wierzących, aktywnych, którzy odpowiedzialnie i świadomie przeżywają swoją wiarę oraz mają wpływ na kształtowanie innych. Jak to robić w praktyce? Kilka porad, co chyba nie nowe:

1. **Być świadomym priorytetów i znaków czasu**

Włodarze parafii są wręcz zasypywani różnorakimi wyzwaniami, projektami, zadaniami, akcjami, etc. A przy tym czas duszpasterza bywa równie szczupły jak budżet wspólnoty parafialnej. Musimy mieć jednak świadomość, że media masowe to znak czasu; ludzie w obecnych czasach mają mentalność medialną tzn. myślą tak jak im dyktują media i głównie o tym, co jest w mediach. Coraz większą staje się grupa wiernych (nie tylko młodych), dla których nie istnieje coś, czego nie ma w mass mediach, zwłaszcza wirtualnych.

Jeśli statystyczny Polak ogląda telewizję prawie 4,5 godziny dziennie, jeśli dzieci i młodzież spędzają w internecie nawet do 10 godzin na dobę, jeśli młodzi traktują smartfona jak przedłużenie dłoni – to Kościół tarnowski nie przebije się do nich z jedną godziną w tygodniu, czyli spotkaniem na niedzielnej Eucharystii. Czynił do tego aluzję biskup tarnowski Andrzej Jeż w swym słowie z okazji 25-lecia Tarnowskiego Gościa (zob. „Materiały Pomocnicze”, punkt 4). Tak więc, jeśli w priorytetach duszpasterskich zapodziejemy media – możemy mieć piękne, ale puste kościoły… A kościoły puste – jak pokazuje Zachód Europy – z czasem stają brzydkie i znikają zupełnie...

Funduszy prawdopodobnie będzie zawsze brakowało (raz po raz się przekonujemy, że Fenicjanie, którzy wynaleźli pieniądze, po prostu wynaleźli ich za mało :). Tak było, jest i pewnie będzie. W tym kontekście jakże wymownie i ponadczasowo brzmią słowa kard. Stefana Wyszyńskiego, jakie w 1933 roku (!), jako redaktor „Ateneum Kapłańskiego”, napisał wobec spadku czytelnictwa katolickiej prasy: trzeba mądrze wybierać na czym rzeczywiście oszczędzać (zob. „Materiały Pomocnicze”, punkt 5).

1. **Wspierać – mówić i modlić się**

Warto wykorzystać liturgiczne wspomnienie św. Franciszka Salezego, patrona dziennikarzy (24 stycznia), oraz III niedzielę września, Dzień Środków Społecznej Komunikacji, aby dwa razy w roku przypomnieć wiernym i katechizowanym, że mamy katolickie media, także diecezjalne. Wymienić je i krótko scharakteryzować jaka jest ich rola, w jaki sposób są dostępne (do każdej parafii w 2018 roku trafił plakat przybliżający wszystkie media diecezji tarnowskiej). Przypomnieć też o odpowiedzialności i solidarności ludzi wierzących we wspieraniu mediów konfesyjnych i karmieniu się nimi. Korzystając samemu z mediów katolickich, starać się czynić je ogólnodostępnymi. Więc może zaprenumerować 2-3 katolickie czasopisma dla parafii, żeby były „pod ręką” zwłaszcza w domu parafialnym, na świetlicy; żeby katecheta zostawiał je w pokoju nauczycielskim czy w szkolnej świetlicy.

Wskazane byłoby też, żeby w parafii pojawiała się modlitewnaintencja obejmująca dziennikarzy i pracowników mediów – aby rzetelnie wypełniali swą misję dla dobra wspólnego i rozwoju wszystkich. Dobrą okazją ku temu jest sygnalizowany już Dzień Środków Społecznej Komunikacji czy wspomnienie św. Franciszka. Słuchacze diecezjalnego Radia RDN mogą pogłębiać i umacniać więź ze swym medium, wstępując do „Klubu Dobrze Nastawionych”: <http://www.rdn.pl/kdn>. Na pewno warto, tym bardziej, iż w intencji klubowiczów, radiowych dobroczyńców, w każdy pierwszy poniedziałek miesiąca odprawiana jest Msza św. o godz. 18.00 w tarnowskim kościele św. Maksymiliana.

1. **Promować rodzinnie i środowiskowo**

Warto w rodzinach regularnie korzystać z mediów konfesyjnych, oraz podsuwać je innym np. krewnym czy sąsiadom. W praktyce oznacza to podzielenie się katolicką gazetą, środowiskowe zareklamowanie religijnego programu w telewizji (Trwam, Synaj.tv), czy w radio (RDN, Radio Maryja), podesłanie bliźniemu linka do strony internetowej zawierającej chrześcijańskie treści (diecezja.tarnow.pl, tarnow.gosc.pl, ekai.pl).

Ludzie, przy ubóstwie swych kieszeni, często wydają pieniądze na coś co im szkodzi i bezrefleksyjnie karmią się różnokolorową tabloidową papką; więc taka pożywniejsza i wartościowsza strawa z katolickiego publikatora byłaby najpierw czymś w rodzaju medialnego detoksu. Treści zamieszczane w konfesyjnych publikatorach mają z reguły trwalszy charakter aniżeli te czysto świeckie budowane na doraźnej, czyli ulotnej sensacji. Tak więc katolickim czasopismem (np. Gość Niedzielny, Niedziela Małopolska) można się międzysąsiedzko wymieniać, czyli jedna rodzina nabywa w dany tydzień gazetę, korzysta i podsuwa potem drugiej, a w następnym tygodniu role się odwracają...

1. **Zapraszać i redagować**

„Synaj.tv jest medium, które ma służyć promowaniu dobrych i wartościowych inicjatyw, jakie na terenie diecezji tarnowskiej podejmują młodzi ludzie – tłumaczy Klaudia Tarczoń «synajska redaktorka». – Zapraszamy więc wszystkich do przesyłania nam informacji, plakatów czy relacji fotograficznych z organizowanych wydarzeń. To też jest Wasze miejsce. Czujcie się zaproszeni! Jeśli nas zaciekawicie swoim wydarzeniem, przyjedziemy i zrobimy o nim materiał. Wystarczy się z nami skontaktować mailowo lub przez media społecznościowe. Chętnie pomożemy dotrzeć do większej liczby odbiorców, a także podpowiemy co zrobić, aby uatrakcyjnić przekaz” – deklaruje. Pod tym zaproszeniem podpisują się chętnie wszyscy pracownicy wszystkich diecezjalnych mediów. Tak więc: informować, powiadamiać, zapraszać – dzielić się dobrem, jakie dzieje się w parafii, także po to, aby stawało się inspiracją dla innych.

Dbać też o własne parafialne media. Oczywiście nie chodzi o to, by plebanię przemianować na centrum prasowe, by proboszcz stał się naczelnym redaktorem czy webmasterem a wikariusze freelancerami lub reporterami w terenie. „Wierni oczekują od kapłanów tylko jednego, aby byli specjalistami od spotkania człowieka z Bogiem – przypomniał Benedykt XVI podczas pielgrzymki do Polski w 2006 roku. – Nie wymaga się od księdza, by był ekspertem w sprawach ekonomii, budownictwa czy polityki. Oczekuje się od niego, by był ekspertem w dziedzinie życia duchowego” – podkreślił. Idąc tokiem papieskich wskazań, można by dodać: nie wymaga się od księdza, aby był ekspertem od mediów. Ale duszpasterskim wymogiem chwili jest, by dobrał sobie fachowców z tej dziedziny, stworzył zespół, porozdzielał funkcje i koordynował działania.

Z powyższej perspektywy warto przypomnieć już raz wyartykułowaną prawdę: media parafialne są zarazem diecezjalnymi, a diecezjalne parafialnymi. Innymi słowy: wszystkie media są nasze. Ta parafialno-diecezjalna współzależność z jednej strony powinna wykluczać potencjalnego ducha niezdrowej konkurencji, a z drugiej uzmysławiać kościelną jedność, wspólnotę celów i konieczność współdziałania dla budowania Królestwa Niebieskiego.

MATERIAŁY POMOCNICZE

1. Sieć, która łączy

„Jeśli korzystanie z sieci społecznościowej dopełnia spotkania osobowego, które przeżywa się poprzez ciało, serce, oczy, spojrzenie, oddech drugiego. Jeśli sieć jest używana jako przedłużenie lub jako oczekiwanie na to spotkanie, to wówczas nie zdradza siebie i pozostaje bogactwem dla komunii. Jeśli rodzina korzysta z sieci, aby być bardziej powiązana ze sobą, aby następnie spotkać się przy stole i spojrzeć sobie w oczy, to jest to bogactwo. Jeśli wspólnota kościelna koordynuje swoją działalność poprzez sieć, a następnie wspólnie sprawuje Eucharystię, to jest ona bogactwem. Jeśli sieć jest szansą, by przybliżyć mnie do dziejów i doświadczeń piękna lub cierpienia fizycznie dalekich ode mnie, do wspólnej modlitwy i szukania dobra w ponownym odkryciu tego, co nas łączy, to jest to bogactwo”.

*Papież Franciszek, Orędzie na* *****53****.*** *Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu 2019.*

1. Ambona tarnowskiego Kościoła

„Najważniejszą funkcją mediów katolickich jest i pozostanie funkcja ewangelizacyjna. Pośród nowych areopagów ewangelizacji istotne miejsce zajmuje właśnie areopag komunikacji społecznej. Jednak by ewangelizacja była skuteczna, media katolickie same muszą być miejscem autentycznego ewangelizowania. Nie możemy tylko mówić o Ewangelii, ale sami musimy dawać jej jednoznaczne świadectwo. Ważne jest, by Dobra Nowina o Chrystusie dotarła do możliwie największej rzeszy ludzi, ale o ileż ważniejsze jest, by głoszenie jej doprowadziło ewangelizowaną osobę do realnego spotkania z Chrystusem. Trzeba «mieć co przekazać» i  «wiedzieć jak to przekazać». Podstawowym celem działania mediów katolickich jest służba ludziom przez ukazywanie «blasku prawdy» oraz dobra i piękna.

Współcześnie bardzo potrzeba, by zwłaszcza media katolickie w profesjonalny sposób służyły prawdzie, by przyczyniały się do pogłębiania wiary u odbiorców, by podnosiły ich wiedzę religijną, a także niejednokrotnie obalały mity, jakie są fabrykowane wokół życia wspólnoty Kościoła. Wydarzenia kościelne oczywiście nie są bardziej skomplikowane niż polityczne, czy ekonomiczne. W istocie jednak posiadają pewną fundamentalną charakterystykę: odpowiadają logice, która zasadniczo różni się od kategorii świeckich. I właśnie dlatego nie jest łatwo je interpretować i zakomunikować szerokiej i zróżnicowanej grupie odbiorców (…). Żywimy głęboką nadzieję, że nasza diecezjalna rozgłośnia – jako swoista ambona tarnowskiego Kościoła – będzie nadal wiernie służyła dziełu ewangelizacji; że będzie skutecznym środkiem przekazywania prawdy objawionej przez Boga, prawdy absolutnej o Bogu i o człowieku”.

*Biskup Tarnowski Andrzej Jeż w homilii z okazji 25-lecia radia RDN Małopolska i RDN Nowy Sącz.*

**3. Tygodnik Dobrych Wiadomości**

„«Tygodnik dobrych wiadomości» – również tak można określić tarnowską edycję Gościa Niedzielnego, dostępną w naszej diecezji od 10 lat (…). Od 10 lat wnosi on w środowiska rodzinne Dobrą Nowinę, ewangelizacyjne przesłanie związane z aktualnym okresem liturgicznym. Przynosi również każdego tygodnia wiele tekstów formacyjnych i informacyjnych. Teksty formacyjne to jakże potrzebna katecheza dorosłych. Zaś wszelkie informacje z życia Kościoła powszechnego oraz te publikowane na stronach diecezji tarnowskiej, pozwalają diecezjanom, czytelnikom naszego pisma, żyć rytmem życia religijnego całego Kościoła, a w szczególności naszego Kościoła lokalnego. Dziś nie sposób zbilansować dobra, jakie wniósł nasz tygodnik w budowanie szerokiego poczucia odpowiedzialności za Kościół, Ojczyznę, naród i rodzinę. Wnosił też swój wkład w realizację, mającej swoją tradycję w kulturze Małopolski, zasady: mniej oglądać, więcej czytać. Wczoraj i dziś naszego tygodnika każe nam myśleć o jego przyszłości. Jest ona związana przede wszystkim z dalszym rozwojem jego czytelnictwa i docieraniem do wszystkich rodzin w diecezji.

Drodzy Czytelnicy Gościa Niedzielnego! Bądźcie jego wiernymi promotorami w waszych środowiskach. Niech Gość Niedzielny stanie się rzeczywiście gościem co tydzień przychodzącym do każdej rodziny. Niech będzie gościem przynoszącym dobre wiadomości, budującym klimat życzliwości, zrozumienia i pokoju. Niech nadal pogłębia proces ewangelizacji, niech umacnia rodzinę w świętowaniu niedzieli. Niech staje się przyjaznym towarzyszem drogi życiowej każdego diecezjanina. Oby lektura naszego tygodnika przynosiła nadal błogosławione owoce w całej diecezjalnej wspólnocie. Niech także w III tysiącleciu głoszenia Dobrej Nowiny będzie ona wspólnotą żywej wiary, niezachwianej nadziei i ofiarnej miłości.

***Biskup Wiktor Skworc z okazji 10-lecia powstania Tarnowskiego Gościa Niedzielnego*.**

**4. Pełny obraz Kościoła tylko w mediach katolickich**

„Mamy świadomość, że media katolickie są dziś niezwykle ważnym narzędziem w dziele ewangelizacji. Ich rola jeszcze bardziej będzie się zwiększać. Lektura czasopism katolickich jest narzędziem wspomagającym duszpasterstwo. Weźmy chociażby pod uwagę fakt, iż większość wiernych raz na tydzień uczestniczy w Eucharystii w niedzielę i z różnym skutkiem słucha Liturgii Słowa. To stanowczo za mało, by potem przez cały tydzień móc rzeczywiście żyć Ewangelią i pod jej wpływem kształtować swoje życie. Potrzebna jest pomoc, jaką oferuje m.in. prasa katolicka. Czytając ją możemy pogłębić tematykę czytań mszalnych, możemy poznawać katolickie spojrzenie na wiele bieżących spraw i problemów; możemy zapoznawać się z wydarzeniami z życia Kościoła. Prawdziwy i pełny obraz życia i działania Kościoła możemy poznać tylko dzięki katolickim mediom. Świeckie media dotykają wybiórczo i uznaniowo jedynie nielicznych fragmentów życia Kościoła. Niezwykle istotne jest, że właśnie media katolickie pozwalają nam zobaczyć piękny obraz Kościoła, w którym zdecydowanie przeważa dobro”

***Biskup Tarnowski Andrzej Jeż w homilii z okazji 25-lecia Gościa Tarnowskiego.***

1. **„Dlaczego upadają pisma katolickie?”**

W 1933 roku notowano w Polsce poważny spadek czytelnictwa prasy katolickiej, który uzasadniano ogólnopaństwowym kryzysem ekonomicznym. Z tej perspektywy ksiądz redaktor Stefan Wyszyński dowodzi na łamach „Ateneum Kapłańskiego”:

„W związku z przeżywanym kryzysem gospodarczym zaznacza się ogromny spadek odbiorców pism katolickich; wszyscy oni uważają za obowiązek usprawiedliwić się kryzysem. Niezawodnie, jest to argument rzeczowy. Czy jednak nie korzystamy zeń zbyt skwapliwie? Wszak kryzys odczuwają nie tylko warstwy katolickie, a przecież daje się on odczuwać najdotkliwiej pismom katolickim, podczas gdy inne pisma, niekiedy niechętne Kościołowi, zwykle utrzymują swój stan posiadania, albo go nawet podnoszą. Nie wszystko da się wytłumaczyć tajemnymi siłami. Widocznie więc katolicy zaczynają oszczędność od redukcji wydatków na pisma katolickie, zatrzymując inne. Jest to – rzec można – pozbawianie się światła w powszechnych ciemnościach, jest to pogłębianie kryzysu. Jeśli bowiem katolicy, pozbawieni pism katolickich, nie będą dostatecznie zorientowani w rozwoju zjawisk bieżących, jeśli nie będą mieli katolickiej oceny współczesnego życia, przełomów i katastrof, kto wyprowadzi świat z bezdroża? I dlatego oszczędność należy zacząć od innych spraw, gdzie ta oszczędność jest i bardziej możliwa, i mniej szkodliwa” (*Ateneum Kapłańskie* 1933/31).

1. Obowiązek wspierania katolickich mediów

„Nie godzi się zgoła, aby dzieci Kościoła biernie znosiły krępowanie i ograniczanie słowa zbawienia powodowane trudnościami technicznymi i kosztami finansowymi – niewątpliwie bardzo wielkimi – które związane są z tymi środkami. Dlatego też święty Sobór zwraca uwagę, że właśnie dzieci Kościoła są zobowiązane do utrzymywania i wspierania katolickiej prasy, wydawnictw periodycznych, i przedsięwzięć filmowych, stacji nadawczych oraz audycji radiowych i telewizyjnych, których szczególnym celem ma być rozpowszechnianie i obrona prawdy oraz troska o chrześcijańskie wychowanie ludzkiej społeczności” (Sobór Watykański II, *Dekret o Środkach Społecznego Przekazu*, 17).

**6. Czym jest gazetka parafialna**

„Nazwa «gazetka parafialna» może budzić wiele skojarzeń, które z pewnością nie odpowiadają randze tegoż medium komunikacyjnego (…). Tymczasem gazetka parafialna to ważny instrument w działalności duszpasterskiej i komunikacji wspólnoty wierzących z otoczeniem. Dla przeciętnego uczęszczającego do kościoła wierzącego, niewielkie parafialne medium komunikacyjne może być jednym z nielicznych nośników słowa pisanego, dostarczającym treści religijne (…). Gazetka parafialna winna:

– dostarczać członkom wspólnoty parafialnej wskazówek użytecznych w różnych sytuacjach życiowych;

– pomagać członkom wspólnoty parafialnej i całej wspólnocie w poszukiwaniu odpowiedzi na pytania dotyczące wiary i relacji do Boga;

– zapraszać do udziału w życiu wspólnoty parafialnej i do współdziałania;

– być forum wymiany opinii wewnątrz wspólnoty oraz przyczyniać się do rozwoju dialogu między wszystkimi członkami wspólnoty parafialnej;

– wzmacniać osobiste kontakty między członkami wspólnoty;

– być pomostem między wszystkimi mieszkańcami wspólnoty lokalnej;

– dawać możliwość autoprezentacji dla związków, grup i inicjatyw we wspólnocie;

– podejmować tematy interesujące lokalną społeczność;

– być głosem wspólnoty parafialnej na zewnątrz i wykazywać gotowość do dialogu z otoczeniem;

– podejmować wypowiedzi i opisywać wydarzenia z Kościoła powszechnego, mające znaczenie dla sytuacji wspólnoty lokalnej;

– informować o zaangażowaniu wspólnoty parafialnej na rzecz kościelnych dzieł charytatywnych.

 (ks. Zenon Hanas SAC, *Vademecum redaktora gazetki parafialnej*, w: *Media w duszpasterstwie*. Red. M. Przybysz, T. Wielebski, Warszawa 2014 s. 465-468).

1. **Dziennikarzu – pielęgnuj duszę dziewiczą i strzeż się kastowości**

„Pierwszorzędną uwagę powinieneś zwrócić na to, co się dzieje w twoim najbliższym środowisku. Mimo to nie możesz popaść w kastowość, która jest degradacją prawdziwej świadomości swoich korzeni i uczestnictwa. (…) Istnieje siła opinii, autorytetu, osobistych ambicji, strachu przed przyszłością. Istnieje wrogość tych, którzy nie odnajdują na naszych stronach gazet gloryfikacji swoich interesów czy ideałów (…). Trzeba utrzymać duszę dziewiczą, nigdy nie przyzwyczajając się ani do bólu ani do szczęścia, do znanej twarzy i stabilnych warunków”.

(O. G. Cardedal, *List do przyjaciela dziennikarza*. W: *Dziennikarski etos: z wybranych zagadnień deontologii dziennikarskiej*. Red. Z. Kobylińska, R. D. Grabowski. Olsztyn 1996 s. 297-307).

1. **Powołanie dziennikarza**

„Powołanie dziennikarza czerpie z zasobów tego, co określiłbym mianem «psychologii» pozytywnej. Ustawiczny kontakt z rozlicznymi wydarzeniami, które stanowią treść informacji, nie powinien szczędzić sympatii wobec tego, co się zdarza pozytywnego, może w ukryciu i bez rozgłosu i co zasługuje na miejsce w informacji, nawet jeśli «nie jest nowiną»; nie dlatego by pomniejszać aspekty negatywne, ale by zachęcać i dodawać bodźca tym doprawdy ogromnym możliwościom konstruktywnym. Ostatecznie to one stanowią stos pacierzowy historii.

***Jan Paweł II, Przemówienie do dziennikarzy; Watykan; 27. 01. 1984 r.***

\*\*\*

Konspekt przygotował*:*

ks. Andrzej Turek, przewodniczący Komisji ds. Mediów, z Zespołem

1. C. M. Martini, *Modlitwa w drodze powrotnej z satelity*. [↑](#footnote-ref-1)