

MACIEJ SZCZEPANIAK

## **Internetowe portale parafialne. Próba analizy na przykładzie archidiecezji poznańskiej**

Metodologia teologii praktycznej prowadzi do przygotowania strategii zbawczego działania Kościoła<sup>1</sup>. W dzisiejszym świecie związane jest to także z umiejętnym posługiwaniem się środkami komunikacji społecznej. Nakaz misyjny Chrystusa: „Idźcie na cały świat i głoście Ewangelię wszelkiemu stworzeniu” (Mk 16,15), stawia przed teologiem pytanie o miejsce głoszenia słowa Bożego i o formy przepowiadania. Niewątpliwie jednym z ważnych miejsc jest dziś świat wirtualny – nośnikiem treści zbawczych są w nim szeroko pojęte narzędzia nowych technologii. Internet może stać się skutecznym narzędziem pomagającym w głoszeniu Ewangelii, nie wymaga od nas ruchu w przestrzeni („idźcie”) i daje szansę dotarcia na „cały świat”.

Jednym z podstawowych miejsc głoszenia Ewangelii w świecie jest parafia. Zazwyczaj myślimy o niej w kontekście terytorialnym, ale wiemy, że liczą się w niej przede wszystkim ludzie. Dziś okazuje się, że treści umieszczane na parafialnym portalu internetowym to także głoszenie Ewangelii „na całym świecie” i „wszelkiemu stworzeniu”.

Celem niniejszego artykułu jest refleksja nad sposobami wyrażania tożsamości wspólnoty parafialnej w portalu internetowym. Materiał źródłowy – dokumenty Kościoła na temat środków społecznego przekazu – pomaga w zrozumieniu istoty Kościoła i w analizie jego aktualnej sytuacji w świecie. Materiał

Maciej SZCZEPANIAK – ks. dr hab., adiunkt w Zakładzie Liturgiki i Homiletyki Wydziału Teologicznego UAM, rzecznik archidiecezji poznańskiej i konsultor Rady ds. Środków Społecznego Przekazu Konferencji Episkopatu Polski, korespondent KAI. E-mail: ms@amu.edu.pl

<sup>1</sup> Por. W. Przygoda: *Paradygmaty postępowania badawczego w teologii praktycznej*. W: *Metodologia teologii praktycznej*. Red. W. Przygoda. Kraków 2011 s. 99.

badawczy stanowią strony internetowe parafii archidiecezji poznańskiej, a ich analiza pozwoli na sformułowanie wniosków i postulatów pastoralnych.

Na początku pewna dygresja. Podczas prowadzenia zajęć dydaktycznych ze studentami teologii podzieliłem się „najnowszą” informacją o nominacji proboszczowskiej w parafii jednego z obecnych na zajęciach seminarzystów. Natychmiast sięgnął po telefon komórkowy i poszukał strony internetowej parafii, z której miał przyjść nowy duszpasterz. „Widzę, że w tej parafii wiele się dzieje” – powiedział. Dla niego było oczywiste, że wirtualne informacje i fotografie umieszczone w sieci są świadectwem żywotności parafii w realnym świecie. Kryterium duszpasterskiej aktywności była medialna reprezentacja.

## I. Nowe forum

Dokumenty Magisterium Kościoła wymagają dziś od głosicieli słowa Bóże go zdobywania kompetencji „w różnych dziedzinach, w szczególności w zakresie tak zwanych nowych mediów, jak na przykład Internet”<sup>2</sup>. Nauczylimy się nazywać przestrzeń Internetu nowym forum, nowym medium<sup>3</sup>. Wiemy, że słowo „nowy” mówi o czymś świeżo powstałym, dopiero co zrobionym, nieużywanym, niezniszczonym; o czymś istniejącym od niedawna, świeżo wynalezionym, wprowadzonym czy odkrytym; o czymś następującym po poprzednim, czyli innym niż przedtem.

Nadużywanie terminu „nowe forum” niesie za sobą niebezpieczeństwo traktowania Internetu jako czegoś nie do końca znanego. Tymczasem ma on już swoją historię i należy do tych zjawisk, bez których – jak się nam wydaje – nie da się żyć. Postrzeganie Internetu jako nowego medium jest jednak niewątpliwie szansą, bo – podobnie jak w przypadku pojęcia nowej ewangelizacji – chodzi w nim o „umiejętność rozpoczynania od nowa, przekraczania granic, poszerzania horyzontów”; czyli o przeciwieństwo „samowystarczalności i polegania na sobie samym, mentalności *status quo*” i takiego pojmowania mediów i duszpasterstwa, „które sądzi, że wystarczy dalej postępować tak, jak się postępowało zawsze”<sup>4</sup>.

Już instrukcja duszpasterska o środkach społecznego przekazu *Communio et progressio* zwracała uwagę, że działalność duszpasterską należy organizować

<sup>2</sup> Benedykt XVI: Adhortacja apostolska *Verbum Domini*. Watykan 2010 nr 113.

<sup>3</sup> Termin „nowe media” nie zdążył się jeszcze zdezaktualizować, więc nowsze od nich środki nazwano „nowe nowe media”. Por. P. Levinson: *New New Media*. Boston 2009. Tym terminem P. Levinson określa media społecznościowe, w których każdy konsument jest jednocześnie producentem.

<sup>4</sup> XIII Zwyczajne Zgromadzenie Ogólne Synodu Biskupów: *Nowa ewangelizacja dla przekazu wiary chrześcijańskiej. Lineamenta*. 2011 nr 10.

za pośrednictwem środków społecznego przekazu<sup>5</sup>. Dziś zatem także / przede wszystkim w sieci. „Również w świecie internetu, dzięki któremu na milionach monitorów mogą pojawiać się miliardy obrazów na całym świecie, powinno być widoczne oblicze Chrystusa i słyszalny Jego głos, «bowiem tam, gdzie nie ma miejsca dla Chrystusa, nie ma go również dla człowieka»”<sup>6</sup>. Portale religijne parafii to z pewnością podstawowe formy „nowej” aktywności duszpasterskiej w sieci.

## II. Kreowanie wizerunku w Internecie

Opisywane tu badania zostały przeprowadzone na podstawie parafialnych stron internetowych w archidiecezji poznańskiej<sup>7</sup>. Znajduje się w niej 412 parafii, z których 309, a zatem 75%, ma własną stronę internetową. Z pozostałych 103 parafii 13 obecnych jest w sieci w innej formie: 11 ma jedynie profil na Facebooku, a dwie publikują informacje w zakładkach miejscowej gminy<sup>8</sup>. Spośród badanych portali 64% nie jest responsywnych, czyli nie dostosowuje się automatycznie do okna urządzenia, na którym są wyświetlane – odsetek, który może wskazywać na stosunkowo nieczęstą zmianę interfejsu strony internetowej.

Ważnym elementem tożsamościowym strony internetowej jest jej domena – podobnie jak marka jest rodzajem świadectwa i istotnym nośnikiem promocyjnym, zarówno *online* (np. w innych portalach katolickich, na stronie diecezji czy innych, zaprzyjaźnionych parafii), jak i *offline* (na przykład w ogłoszeniach parafialnych). Z domeny oferowanej przez archidiecezję korzysta 25% portali. Jej minusem jest złożoność nazwy (np. albertkoscian.archpozn.pl, janjerozolimski.archpozn.pl, ryczywol.archpozn.pl), niewątpliwym plusem jest nawiązanie do domeny archidiecezji, wskazującym na jedność terytorialną. Słowo „parafia” ma w domenie 42% parafii, zazwyczaj jest ono połączone z nazwą miejscowości (parafiaruchocice.pl, parafiakaczkowo.pl). Zdecydowana więk-

<sup>5</sup> Por. Papieska Komisja ds. Środków Społecznego Przekazu: instrukcja duszpasterska o środkach społecznego przekazu *Communio et progressio* nr 168.

<sup>6</sup> Benedykt XVI: *Verbum Domini* nr 113. Por. Jan Paweł II: *Orędzie na 36. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu* 2002.

<sup>7</sup> Badania przeprowadzono w lutym 2017 r.

<sup>8</sup> [www.zaniemysl.pl](http://www.zaniemysl.pl), [www.pudliszki.powiatgostyn.pl](http://www.pudliszki.powiatgostyn.pl) [dostęp: 20.05.2017]. Na portalu gminy Pudliszki, wśród zakładek „Pudliszki na zdjęciach”, „Pudliszki S.A.”, „Sołectwo Pudliszki” czy „Koło Gospodyń Wiejskich”, znajduje się zakładka „Parafia pw. Matki Boskiej Częstochowskiej”. Z kolei w gminnej zakładce „News” jedynymi aktualnościami w maju 2017 r. były ogłoszenia parafialne, por. <http://www.pudliszki.powiatgostyn.pl/News,1304.html> [dostęp: 21.05.2017]. Wydaje się, że dobra współpraca parafii z miejscowymi władzami samorządowymi nie jest jednak wzorcem korzystania z Internetu przez wspólnotę parafialną – lepiej byłoby zapewne posiadać własny portal.

szość (72%) stron parafialnych oparta jest na nazwie miejscowości – prawie wszystkie parafie poza Poznaniem mają w domenie nazwę miasta czy wioski, niekiedy bez nawiązania do słowa „parafia” (np. brodypoznanskie.pl, ceradz.pl, lusowo.pl). Zdarza się, że nazwie miejscowości towarzyszy wezwanie parafii (np. mateusz.poznan.pl, cyrylaimetodegopoznan.pl). W niektórych przypadkach udało się wybrać krótką domenę nawiązującą wprost do patrona (np. boromeusz.pl, stanislawkostka.pl) lub adresu parafii (np. wroniecka57.pl, grobla.info czy fredry.pl). Wskazane wyżej rozwiązania często przedkładają czytelność nazwy nad jej jednoznaczność (np. nazwa fredry.pl z trudem kojarzy się z duszpasterstwem) – trend ten jest jednak zupełnie zrozumiały w świecie wirtualnym.

W badaniach nad portalami parafialnych stron internetowych szczególną uwagę poświęciliśmy nagłówkowi strony (*header*). Podobnie jak winieta, czyli pasek tytułowy czasopisma, jest on najszybciej rzucającym się w oczy elementem graficznym. Ma w sobie coś z kompozycji rysunkowej, często figuralnej, umieszczonej w typografii jako ozdoba, na przykład na karcie tytułowej książki albo na początku rozdziału. Nagłówek strony internetowej stanowi najbardziej widoczny element tożsamości witryny. Pozwala na identyfikację wizualną instytucji, staje się elementem kreowania wizerunku parafii przez stronę internetową. Na nagłówek składają się zazwyczaj dwa istotne elementy tożsamościowe: element grafiki (logo, zdjęcie) oraz nazwa, tytuł (w naszym przypadku nazwa parafii).

W nagłówku badanych stron internetowych nazwa zapisana była zazwyczaj w następującej formie stylistycznej: parafia, skrót pw. (pod wezwaniem), atrybut, np. Świętej Trójcy, miejscowość, np. w Poznaniu. Stosunkowo rzadko autor nagłówka stosował dookreślenie „rzymskokatolicka” (choć w oficjalnej nazwie parafii, stosowanej np. w pieczęci urzędowej, takie sformułowanie się pojawia). Wpływ na to ma zapewne struktura wyznaniowa w Polsce, gdzie do Kościoła Rzymskokatolickiego według danych Głównego Urzędu Statystycznego należą 86% ludności<sup>9</sup> – określenie parafia kojarzy się więc zazwyczaj z parafią rzymskokatolicką.

W pojawiającej się w nagłówkach stron nazwie nie brakowało błędów ortograficznych. Zaliczyć do nich można: posługiwanie się skrótem p.w.<sup>10</sup>, zapisywanie skrótów pw. lub św. wielką literą<sup>11</sup>, zapisywanie przymiotnika rzymsko-

<sup>9</sup> *Mały rocznik statystyczny polski*. Warszawa 2013 s. 138.

<sup>10</sup> Zgodnie z zasadami polskiej ortografii „stawiamy tylko jedną kropkę po skrócie wyrażenia dwu lub wielowyrazowego, jeżeli wyrazy następne zaczynają się od spółgłoski”. R. P r z y b y l s k a, W. P r z y c z y n a: *Pisownia słownictwa religijnego*. Tarnów 2011 s. 75.

<sup>11</sup> „Skróty te piszemy małą literą nawet wtedy, gdy są częścią wielowyrazowej nazwy własnej, zapisywanej wielkimi literami”. R. P r z y b y l s k a, W. P r z y c z y n a: dz. cyt. s. 75.

katolicki z łącznikiem pomiędzy dwoma jego członami (rzymsko-katolicki)<sup>12</sup> lub też wyróżnianie wspomnianych dwóch członów wielką literą (RzymskoKatolicka).

Wyraźnym błędem zakłócającym komunikatywność i poprawną identyfikację nadawcy jest brak podania nazwy miejscowości – w 22 nagłówkach portali (7%) pojawia się jedynie nazwa parafii bez miejscowości. Posługiwanie się z kolei wyłącznie nazwą miejscowości (np. parafia w Słupi Kapitulnej) czy domeną strony (JadwigaSlaska.pl) wyraźnie ogranicza wartość informacyjną nagłówka.

Parafię cechuje związek z miejscem, z terytorium<sup>13</sup>, jest ona „określoną częścią diecezji”<sup>14</sup>, staje się jej „podstawowym ogniwem codziennego życia”<sup>15</sup>. W tym kontekście nie bez znaczenia wydaje się umieszczenie w winiecie strony internetowej nazwy diecezji, w której parafia się znajduje. Taki postulat przekazano proboszczom parafii w 2010 roku<sup>16</sup> – z badań wynika, że 218 na 309 parafii (70%) umieściło w nazwie sformułowanie „archidiecezja poznańska”.

Niektóre parafie uznały za stosowne zamieścić w nagłówku także inne informacje, jak choćby porządek mszy niedzielnych, adres, datę czy hasło roku duszpasterskiego (choć ta ostatnia informacja szybko się dezaktualizuje, jak pokazują niektóre przykłady).

Ważnym elementem tożsamościowym winiety jest element graficzny. W przypadku parafialnych portali – zazwyczaj obraz, fotografia, rzadziej – logo, pieczęć. Obraz ten jest środkiem kreowania wizerunku parafii przez stronę internetową. Zgodnie z eklezjologią Soboru Watykańskiego II powinien on wyrażać wspólnotę Kościoła lokalnego, w której urzeczywistniane i aktualizowane jest zbawcze dzieło Jezusa Chrystusa<sup>17</sup>; miejscem sprawowania kultu jest świątynia, która odzwierciedla historię przeżyć religijnych wspólnoty parafialnej.

Analiza portali jednoznacznie wskazuje na takie kreowanie wizerunku, w którym akcentuje się jedynie budynek świątyni. Aż 282 na 309 parafii (91%) w nagłówku umieściło element graficzny nawiązujący do budowli kościelnej.

<sup>12</sup> „Przymiotniki złożone z członów nierównorzędnych znaczeniowo, tzn. takie, w których główne znaczenie zawarte jest w członie drugim, a człon pierwszy jedynie dookreśla to znaczenie, pisze się łącznie”. R. Przybylska, W. Przyczyna: dz. cyt. s. 78.

<sup>13</sup> Por. Sobór Watykański II: Konstytucja dogmatyczna o Kościele *Lumen gentium* nr 28.

<sup>14</sup> Sobór Watykański II: Dekret o pasterskich zadaniach biskupów w Kościele *Christus Dominus* nr 30.

<sup>15</sup> Jan Paweł II: Adhortacja apostolska *Pastores gregis* 2003 nr 45.

<sup>16</sup> *Komunikat dotyczący stron internetowych parafii*. „Miesięcznik Kościelny Archidiecezji Poznańskiej”. R. 61: 2010 nr 7 s. 33–34.

<sup>17</sup> Por. Sobór Watykański II: Konstytucja dogmatyczna o Kościele *Lumen gentium* nr 26.

Na uwagę zasługuje fakt, że w tej liczbie znalazło się 67 witryn, w których element graficzny, oparty na technologii *flash* pozwalającej na animację komputerową, gwarantował możliwość wyświetlania różnych obrazów – były one jednak skupione jedynie na prezentacji świątyni.

Obrazowanie budowli kościelnej w winiecie strony internetowej bierze pod uwagę typowe aspekty architektoniczne: bryłę budowli kościelnej, wieżę lub dzwonnice, formę zewnętrzną budynków, otoczenie kościoła, jego wnętrze, wyposażenie świątyni (krzyż, poszczególne ołtarze, stacje drogi krzyżowej, witraże, relikwiarze, obrazy i figury, zwłaszcza te nawiązujące do patrona parafii), a także organy. Zdarza się, że autorzy proponują zdjęcie panoramiczne kościoła z lotu ptaka. Można odnieść wrażenie, że niektóre fotografie skupiają uwagę odbiorcy na elementach drugorzędnych, na przykład na fakturze cegły klinkierowej czy na szeregu flag umieszczonych na bryle budynku. Często pojawiają się jedynie detale architektoniczne, np. krzyż na zwieńczeniu fasady czy charakterystyczny motyw w ornamentyce ołtarza. Czasem podkreślony zostaje kontekst architektoniczny, np. środowisko naturalne (pole, kwiaty, lasy, wzgórze, rzeka), bliskość domu parafialnego lub probostwa, ciekawe lub użyteczne miejsca (np. park orientacji przestrzennej, gminne przedszkole). Tego typu ujęcie ikoniczne charakteryzuje jednak całkowity brak osób – ławki kościoła są puste, na organach nikt nie gra, a wokół kościoła nie widać żywej duszy.

Jedynie w 27 (9%) witrynach internetowych ukazano w nagłówku na zdjęciu wspólnotę parafialną – ludzi podczas sprawowanej liturgii, biskupa lub proboszcza, wiernych podczas pielgrzymki, ministrantów lub nadzwyczajnych szafarzy komunii św. przy ołtarzu, grupę duszpasterską podczas spotkania parafialnego, miejscowy chór.

Można zatem postawić postulat wizualnego wyrażania tożsamości wspólnoty parafialnej poprzez ukazanie nie tylko architektury świątyni, ale różnych aspektów duszpasterskiej aktywności: sprawowanej liturgii, spotkania wspólnoty, prezentacji duszpasterzy. Przemyślana strategia wizualna parafii przedstawiająca ludzi – żywy parafialny Kościół – z pewnością lepiej wyraża jej tożsamość.

### III. Komunikacja konstruktywna

Analiza zawartości parafialnych portali pozwala także na sformułowanie kilku dalszych postulatów. Skoro pierwszorzędnym zadaniem kapłanów jest włączanie świeckich parafian do apostołstwa<sup>18</sup>, powinno to dotyczyć także stron

<sup>18</sup> Por. S. Gądecki: *List do kapłanów na Advent Roku Pańskiego 2016*. „Miesięcznik Kościelny Archidiecezji Poznańskiej”. R. 68: 2017 nr 1 s. 8.

internetowych: widać to choćby w liczbie zamieszczanych fotografii i filmów dokumentujących życie parafialne czy w postach umieszczanych w mediach społecznościowych. Współpraca duszpasterza ze świeckimi przy tworzeniu stron internetowych może przyczynić się do różnorodności zamieszczanych tam treści i wykorzystywania różnych nośników, takich jak: tekst, nagrania audio, video czy zdjęcia, interaktywne zwiedzanie, mapa. Wspomniane tu wirtualne zwiedzenie świątyni umożliwia zapoznanie odbiorców – znających kościół bądź pragnących go poznać – ze szczegółami architektonicznymi, które można by odczytywać także „oczami wiary”. Dotyczy to także z pozoru nieistotnych informacji, które w Internecie można zaprezentować w atrakcyjny sposób. Parafia pw. Chrystusa Sługi w Poznaniu wita internautów slajdami opatrzonymi hasłami typu: „kościół jest otwarty cały dzień” czy „kapliczki wokół kościoła”<sup>19</sup>. Pamiętajmy, że parafialne portale stanowią dogodną okazję do poszerzenia znaczenia terytorium, gdyż przyczyniają się do „odwiedzenia” parafii jedynie wirtualnie: zamieszczane tam ogłoszenia parafialne mogą stanowić ciekawy materiał dla tych, którzy czują się z nią związani emocjonalnie (np. wyjechali za granicę albo zmienili miejsce zamieszkania). Nie bez znaczenia jest również możliwość oddziaływania na ludzi, którzy nie chodzą do kościoła – Benedykt XVI mówił tu o okazywaniu szczególnej troski tym, którzy poszukują, czyli osobom, dla których portal może stanowić pomost do poznania Boga; „duszpasterstwo świata cyfrowego powołane jest bowiem po to, aby brać pod uwagę również tych, którzy nie wierzą, są nieufni i mają w sercu głębokie, niewypowiedziane pragnienie absolutu i prawdy”<sup>20</sup>.

Ważnym aspektem przepowiadania w Internecie jest „dostarczanie informacji, które kształtują sumienia poszczególnych ludzi, pomaganie im w kształtowaniu swojego myślenia”<sup>21</sup>, a także zachęta do budowania chrześcijańskich postaw, także poprzez wyjaśnianie pewnych słów. W portalu parafii w Borszynie (2 tys. mieszkańców) dotyczy to np. terminu diakonia, czyli „różnych form służenia Kościołowi, który jest wspólnotą ludzi wyznających Chrystusa”<sup>22</sup>. Wierni zostają zachęcani do diakonii muzycznej, diakonii „Kino Duchowe”, diakonii słowa życia (biblioteka), diakonii pielgrzymkowej, diakonii młodzieży czy diakonii dziecięcej, diakonii pokutnej („przez modlitwę i post pragniemy wspomagać budowanie wspólnoty parafialnej, wypraszać potrzebne bliźnim łaski”<sup>23</sup>), diakonii adoracji Najświętszego Sakramentu („adoracja otwiera przed

<sup>19</sup> <http://chrystus-sluga.pl/> [dostęp: 08.05.2017].

<sup>20</sup> Benedykt XVI: *Orędzie na 44. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu* 2010.

<sup>21</sup> Benedykt XVI: *Orędzie na 40. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu* 2006.

<sup>22</sup> <http://www.parafia-borszyn.pl/2014-02-09-12-17-23/diakonie> [dostęp: 21.05.2017].

<sup>23</sup> Tamże.

nami nowe światło, coraz bardziej wypełnione tajemnicą. Oczyszcza inteligencję, daje większą jasność, nawet w sprawach konkretnego życia, w codziennych problemach”<sup>24</sup>). Nawet redagowanie strony internetowej parafii nazywane jest diakonią informacyjną.

Niemalym wyzwaniem pozostaje aktualizacja informacji: niektóre parafie zatrzymały się w Internecie na Jubileuszu Miłosierdzia, którego już nie ma, na pierwszej komunii św. sprzed dwóch lat, na kalendarium spotkań kręgu biblijnego kilka lat temu. Materiały statyczne, takie jak historia parafii, także powinny być aktualizowane. Konieczne jest też celne sformułowanie nazw zakładek: lepiej, gdy jest ich mniej, niż gdyby miały być „ślepe”, nieczynne, nic niemówiące albo zupełnie niezwiązane z życiem parafii. Przy projektowaniu strony warto skorzystać z programów do analizy statystyk portalu (np. *Google Analytics*), by sekcje często odwiedzane można było łatwiej znaleźć. Niektóre aplikacje (np. *Hotjar*) pozwalają także ocenić, gdzie użytkownicy na naszej stronie najczęściej poruszają myszką i gdzie klikają.

Autorzy tekstów nie powinni też banalizować zamieszczanych treści poprzez memy czy emotikony. Zwłaszcza kapłan – w zetknięciu ze światem cyfrowym – powinien ukazać swe konsekrowane serce, aby wnieść tam ducha, czyli być obecnym w świecie cyfrowym przy stałej wierności orędziu ewangelicznemu<sup>25</sup>. Podobnie jak przepowiadanie słowa Bożego, także język portalu internetowego nie może być jedynie „mieleniem” informacji – używając języka papieża Franciszka<sup>26</sup>: „wyzwaniem, które dzisiaj staje przed nami, jest zatem nauczenie się na nowo opowiadania, a nie po prostu wytwarzania i konsumowania informacji”<sup>27</sup>. Papież nazywa takie działanie komunikacją konstruktywną, która sprzyja kulturze spotkania<sup>28</sup>.

Pomocne w wyrażeniu tożsamości parafialnej wspólnoty może być posługiwanie się krótkimi frazami dającymi do myślenia. „Zwięzłe zdania, często nie dłuższe niż werset biblijny, pozwalają wyrazić głębokie myśli”<sup>29</sup> – zauważał Benedykt XVI, nawiązując do zagadnień związanych z witrynami, aplikacjami i sieciami społecznościowymi. W tym duchu na stronie parafii pw. Wszystkich Świętych w Poznaniu internautów wita modlitwa: „Boże, spraw łaskawie, aby przykłady świętych umocniły naszą miłość ku Tobie”, wraz z cytatem z orędzia

<sup>24</sup> Tamże.

<sup>25</sup> Por. Benedykt XVI: *Orędzie na 44. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu* 2010. Por. M. Drożdż: *Głosić Dobrą Nowinę na cyfrowych areopagach*. W: *Bramy prawdy i wiary. Benedykt XVI o mediach*. Red. M. Legan. Kraków 2016 s. 116.

<sup>26</sup> Franciszek: *Orędzie na 51. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu* 2017.

<sup>27</sup> Franciszek: *Orędzie na 49. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu* 2015.

<sup>28</sup> Por. Franciszek: *Orędzie na 51. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu* 2017.

<sup>29</sup> Benedykt XVI: *Orędzie na 46. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu* 2012.



papieża Franciszka: „Drodzy bracia i siostry, jakże pragnę, aby miejsca, w których wyraża się Kościół, w szczególności nasze parafie i nasze wspólnoty, stały się wyspami miłosierdzia na morzu obojętności”<sup>30</sup>. Z kolei duszpasterze parafii pw. św. Barbary w Luboniu, obok swego zdjęcia – zamiast życiorysu – zamieścili cytaty biblijne („ks. Bernard Cegła, proboszcz: Z ludzi wzięty, dla ludzi ustanowiony w sprawach odnoszących się do Boga, Hbr 5,1–6; ks. Artur Michalak, wikariusz: Wznoszę swe oczy ku górom: Skądże nadejdzie mi pomoc? Pomoc mi przyjdzie od Pana, co stworzył niebo i ziemię, Ps 121; ks. Jacek Zjawin, wikariusz: Nie daj Boże, abym miał chlubić się z czego innego jak tylko z krzyża Pana Naszego Jezusa Chrystusa, Ga 6,14)”<sup>31</sup>. Do zwięzłego przekazu warto wykorzystać również media społecznościowe, jak Facebook czy Twitter, których wpisy dają się dziś łatwo zintegrować z treściami portalu internetowego, dając przyczynek do swego rodzaju autobiografii duchowej i modlitewnego wsparcia<sup>32</sup>.

Ten sposób komunikacji dobrze współgra ze znakiem i symbolem. „Skuteczna komunikacja, jak przypowieści Jezusa, wymaga zaangażowania wyobraźni i wrażliwości uczuciowej tych, których chcemy zaprosić na spotkanie z tajemnicą miłości Boga”<sup>33</sup> – przypomina papież Benedykt, wspominając o długiej tradycji chrześcijańskich znaków, takich jak krzyż, ikony, szopki, witraże czy malowidła. Jeśli jednak „znaczącą część artystycznego dziedzictwa ludzkości stworzyli artyści i muzycy, którzy próbowali wyrazić prawdy wiary”<sup>34</sup>, nie powinniśmy traktować Internetu jako przestrzeni zapełnianej religijnym kiczem – na stronach badanych parafii można było znaleźć gołębicę z szablonu, Matkę Bożą na obłokach czy rozradowaną rodzinę, ale estetyka obrazów pozostawiała dużo do życzenia. Parafia w Internecie, podobnie jak w życiu realnym, powinna dawać możliwość obcowania z tym, co reprezentuje wysoki poziom pod względem estetycznym.

Na koniec warto wspomnieć ważny postulat nienadużywania transmisji nabożeństw w Internecie; mogą one wprawdzie umożliwić chorym podtrzymywanie więzi z parafią, ale nie każda transmisja nadaje się do Internetu, niedopuszczalne jest też umieszczanie całej mszy na portalu internetowym, ponieważ w odniesieniu do Mszy Świętej jedyną dopuszczalną formą przekazu jest trans-

<sup>30</sup> <http://www.grobla.info/pl/> [dostęp: 20.05.2017].

<sup>31</sup> <http://www.barbara.archpoznan.pl/> [dostęp: 20.05.2017].

<sup>32</sup> Por. J. S m o l e ń: *Internet jako medium komunikacyjne w Kościele na przykładzie diecezji tarnowskiej*, „Biuletyn Edukacji Medialnej” R. 2008 nr 1 s. 127; M. S z c z e p a n i a k: *Strona internetowa parafii narzędziem nowej ewangelizacji*. „Teologia Praktyczna” R. 12: 2011 s. 166; D. Z d u n k i e w i c z - J e d y n a k: *Surfując po internecie w poszukiwaniu Boga...*, Tarnów 2006 s. 133.

<sup>33</sup> B e n e d y k t X V I: *Orędzie na 47. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu* 2013.

<sup>34</sup> Tamże.

misja bezpośrednia, nigdy zaś retransmisja<sup>35</sup>. Natomiast zintegrowanie portalu parafialnego z aplikacjami mobilnymi – choćby *Mapy Google* – może ułatwić dostęp do wielu potrzebnych informacji. Ciekawym rozwiązaniem są także filmy dokumentujące życie parafii umieszczane na *YouTube* czy kamera dająca podgląd wnętrza świątyni (np. sanktuarium maryjnego w Buku)<sup>36</sup>. Wierni parafii w Kamionkach z kolei w okresie wizyt kolędowych za pomocą aplikacji dla sportowców *Endomondo* mogą śledzić na mapie, gdzie aktualnie znajduje się ksiądz; dzięki temu rozwiązaniu – jak mówił portalowi KAI proboszcz parafii – parafianie wiedzą, czy muszą po pracy spieszyć się na kolędę<sup>37</sup>.

Nie ulega wątpliwości, że portal internetowy parafii stanowi adekwatną odpowiedź na wezwanie misyjne Chrystusa: „Idźcie na cały świat i głosicie Ewangelię wszelkiemu stworzeniu” (Mk 16,15). Parafialna strona internetowa może być jednym ze sposobów na ukazanie tożsamości wspólnoty. Duszpasterz nie powinien jej traktować jako prywatnego, autorskiego bloga, ale raczej jako platformę pastoralnych propozycji do realizacji w życiu wspólnotowym i osobistym wiernych. Dlatego ważne jest zaproszenie do tworzenia portalu grona ludzi działających w duchu grupy duszpasterskiej. Dotyczy to przede wszystkim ludzi młodych („zwłaszcza na was, młodzi, którzy niemal spontanicznie odczuwacie zażyłość z tymi nowymi środkami komunikacji, spada odpowiedzialność za ewangelizację tego «digitalnego kontynentu»”<sup>38</sup>). Posługując się metaforą księgi, można powiedzieć, że Internet nie jest jedynie załącznikiem, uzupełnieniem, dodatkiem do parafii, ale powinien być integralną częścią duszpasterskiej strategii. Dlatego konieczne wydaje się skupienie uwagi na wartościach, które wyrażą tożsamość parafii. Wspomnianą duszpasterską strategię warto oprzeć na obrazowaniu parafii w Internecie i, niekiedy, także w winiecie strony, bardziej niż na murach świątyni skupić uwagę internautów na życiu parafialnej wspólnoty. Wszystko po to, by zarazić entuzjazmem potencjalnych odbiorców, niosąc Ewangelię „wzelkiemu stworzeniu”.

## Bibliografia

Benedykt XVI: *Orędzie na 40. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu* 2006.  
Benedykt XVI: *Orędzie na 43. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu* 2009.

<sup>35</sup> Por. Konferencja Episkopatu Polski, *Dyrektorium w sprawie celebracji Mszy świętej transmitowanej przez telewizję* nr 11. „Miesięcznik Kościelny Archidiecezji Poznańskiej”. R 68: 2017 nr 4 s. 188.

<sup>36</sup> Por. J. K l o c h: *Kościół w Polsce wobec Web 2.0*. Kielce 2013 s. 82.

<sup>37</sup> Por. <https://ekai.pl/kamionki-k-poznania-ekartoteka-eministrant-i-endomondo-w-sluzbie-parafii/> [dostęp: 08.05.2017].

<sup>38</sup> Benedykt XVI: *Orędzie na 43. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu* 2009.

Benedykt XVI: *Orędzie na 44. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu* 2010.  
 Benedykt XVI: Adhortacja apostolska *Verbum Domini* 2010.  
 Benedykt XVI: *Orędzie na 46. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu* 2012.  
 Benedykt XVI: *Orędzie na 47. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu* 2013.  
 Drożdż M.: *Głosić Dobrą Nowinę na cyfrowych areopagach*. W: *Bramy prawdy i wiary. Benedykt XVI o mediach*. Red. M. Legan. Kraków 2016.  
 Franciszek: *Orędzie na 49. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu* 2015.  
 Franciszek: *Orędzie na 51. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu* 2017.  
 Jan Paweł II: *Orędzie na 36. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu* 2002.  
 Kłoch J.: *Kościół w Polsce wobec Web 2.0*. Kielce 2013.  
 Levinson P.: *New New Media*. Boston 2009.  
 Przybylska R., Przychyna W.: *Pisownia słownictwa religijnego*. Tarnów 2011.  
 Smoleń J.: *Internet jako medium komunikacyjne w Kościele na przykładzie diecezji tarnowskiej*. „Biuletyn Edukacji Medialnej” R. 2008 nr 1 s. 116–128.  
 Szczepaniak M.: *Strona internetowa parafii narzędziem nowej ewangelizacji*. „Teologia Praktyczna” R. 12: 2011 s. 149–168.  
 XIII Zwyczajne Zgromadzenie Ogólne Synodu Biskupów: *Nowa ewangelizacja dla przekazu wiary chrześcijańskiej*. *Lineamenta* 2011.  
 Zdunkiewicz-Jedynak D.: *Surfując po internecie w poszukiwaniu Boga...* Tarnów 2006.

## STRESZCZENIE

### **Internetowe portale parafialne. Próba analizy na przykładzie archidiecezji poznańskiej**

Nakaz misyjny Chrystusa: „Idźcie na cały świat i głoscie Ewangelię wszelkiemu stworzeniu” (Mk 16,15), stawia przed teologiem pytanie o miejsce głoszenia słowa Bożego i formy wypowiedzania. Jednym z ważnych miejsc ewangelizacji jest dziś świat wirtualny. Celem artykułu jest analiza treści portali internetowych parafii w archidiecezji poznańskiej.

Badania uświadamiają, że nadal 25% parafii w diecezji nie ma własnego portalu. Autor zwraca uwagę na konieczność wdrożenia przemyślanej strategii wizualnej parafii, w której istotną rolę odgrywa ukazanie wspólnoty parafialnej podczas liturgii i działań ewangelizacyjnych. Artykuł postuluje komunikację konstruktywną, opartą na budowaniu przekazu kształtującego sumienia odbiorców, przestrzega także przed zapełnianiem Internetu religijnym kiczem. Duszpasterz nie powinien traktować portalu jako prywatnego, autorskiego bloga, ale raczej jako platformę pastoralnych propozycji do realizacji w życiu wiernych. Wszystko po to, by zarazić entuzjazmem potencjalnych odbiorców, niosąc Ewangelię „wszelkiemu stworzeniu”.

**Słowa kluczowe:** parafia, duszpasterstwo, Internet

## SUMMARY

### **Parish Internet Portals. An Attempt at Analysis on the Example of the Poznań Archdiocese**

Christ's Great Commission: Go out to the whole world; proclaim the Good News to all creation (Mk 16,15) sets before the theologian the question about the place of proclaiming God's Word and the forms of this proclamation. One of the major places of evangelization today is the

virtual world. The aim of the article is an analysis of the content of Internet portals in the Poznań archdiocese. Research makes us realize that 25% of parishes still do not have their own portals. The author draws attention to the need to implement a thoroughly considered visual strategy of the parish, in which an essential role will be played by a presentation of the parish community during liturgy and evangelization activities. The article postulates a constructive communication based on building a message that would shape the conscience of the recipients, but also warns against filling the Internet with religious kitsch. The pastor should not treat the portal as a private blog of which he is the author but rather as a platform for pastoral suggestions that can be lived out by the faithful. The overriding goal is to enthuse the potential recipients while proclaiming the Good News to all creation.

**Keywords:** parish, pastoral care, the Internet