

KS. WIESŁAW ŚMIGIEL

PRASA KATOLICKA W POLSCE

Prasa katolicka jest narzędziem przekazywania informacji oraz prowadzenia dialogu Kościoła katolickiego ze światem, ale stanowi także forum dialogu wewnątrzkościelnego. Jest też narzędziem kształtowania opinii publicznej. Jan Paweł II powiedział do biskupów polskich, którzy przybyli do Rzymu z wizytą *ad limina* w 1998 r., że „zadaniem duszpasterzy i wiernych świeckich jest zdecydowane popieranie rozwoju prasy katolickiej i powiększanie jej oddziaływania, jak również zachęcanie do jej czytania w celu pogłębienia znajomości prawd wiary, nauki Kościoła oraz kultury religijnej”¹

II Polski Synod Plenarny stwierdził, że rozwój czytelnictwa prasy katolickiej powinien być ważnym zadaniem posługi duszpasterskiej. Duszpasterze powinni zabiegać o wydawanie gazetek parafialnych, a czasopisma katolickie winny odznaczać się wysokim poziomem merytorycznym, warsztatowym i redaktorskim²

1. WYJAŚNIENIE POJĘĆ

Prasa katolicka to publikacje periodyczne – wydawane nie rzadziej niż raz do roku, pod stałymi tytułami, opatrzone numerem bieżącym i datą – które są zależne bezpośrednio od władzy kościelnej bądź – w innym przypadku –

Ks. dr WIESŁAW ŚMIGIEL – asystent Katedry Teologii Pastoralnej Ogólnej w Instytucie Teologii Pastoralnej KUL; adres do korespondencji: ul. Radziszewskiego 7, 20-950 Lublin; e-mail: smigiel@kul.lublin.pl

¹ Jan Paweł II. Przemówienie do III grupy biskupów polskich *ad limina* (14.02.1998) nr 5.

² *Ewangelizacja kultury i środków społecznego przekazu* nr 86-87. W: *II Polski Synod Plenarny (1991-1999)*. Poznań 2001 s. 121-122.

od katolików. Zadaniem prasy katolickiej jest urabiać, umacniać i popierać opinię publiczną, zgodnie z prawem naturalnym, nauką i wskazaniem Kościoła (*Inter mirifica* nr 14).

Elementem wspólnym dla prasy katolickiej wszelkiego typu jest chrześcijański system wartości oraz propagowanie światopoglądu chrześcijańskiego, natomiast elementem najwyraźniej różnicującym tę prasę jest relacja konkretnego pisma do władzy kościelnej. Jest zatem prasa kościelna wydawana przez hierarchię kościelną i wprost podporządkowane im instytucje; jest prasa katolicka, która posiada asystenta kościelnego oficjalnie zatwierdzonego przez kompetentną władzę duchowną; jest prasa redagowana przez katolików, czyli są to te wydawnictwa prasowe, które propagują zasady i normy życia chrześcijańskiego.

Istnieje wiele kryteriów podziału prasy katolickiej. Ze względu na częstotliwość ukazywania się prasę katolicką dzielimy na dzienniki (ukazują się codziennie lub przynajmniej cztery razy w tygodniu), gazety (ukazują się częściej niż raz w tygodniu, a nie częściej niż trzy razy) oraz czasopisma (tygodniki, dwutygodniki, miesięczniki, dwumiesięczniki, kwartalniki i roczniki). Ze względu na zasięg prasę katolicką dzielimy na prasę międzynarodową, krajową, diecezjalną, a także prasę parafialną. Istnieją też różne modyfikacje takiego podziału, jak prasa katolicka obejmująca swym zasięgiem kilka diecezji (np. metropolie) lub kilka parafii (np. dekanaty)³

Prasa katolicka może ukazywać się jako prasa „drugiego obiegu” – tak dzieje się w krajach, w których cenzuruje się ten segment rynku. Może też funkcjonować jako prasa bezdebitowa, czyli wydawana za granicą, a sprowadzana i rozpowszechniana w kraju bez oficjalnego zezwolenia władz. Ten rodzaj prasy katolickiej istniał w Polsce w okresie PRL⁴

2. ZARYS HISTORII PRASY KATOLICKIEJ

Po wynalezieniu maszyny parowej i skonstruowaniu prasy drukarskiej w XVIII wieku pojawiła się prasa, czyli publikacja periodyczna, heterogenicz-

³ S. P a m u ł a. *Środki społecznego przekazu w duszpasterstwie*. W: *Teologia pastoralna*. Red. R. Kamiński. T. 1: *Teologia pastoralna fundamentalna*. Lublin 2000 s. 206.

⁴ Tamże.

na w treści oraz masowa w produkcji i dystrybucji. Gazeta umożliwiła poszerzenie sfery publicznej, odwołując się do form komunikowania wynalezionych dużo wcześniej do celów dyplomatycznych i handlowych. Znaczący problem twierdzą, że bezpośrednim prekursorem prasy był raczej list kupiecki niż książka⁵

Początkowo gazeta była zwykłą kompilacją wiadomości, jeszcze bez zaplecza redakcyjnego. Koniec XVIII wieku przyniósł konsolidację prasy i wzrost jej znaczenia. Ważny dla zrozumienia charakteru prasy jest kontekst historyczny. W Stanach Zjednoczonych Ameryki toczyła się wojna niepodległościowa, a w Europie Wielka Rewolucja Francuska. Wydarzenia owe mobilizowały opinię publiczną do różnych polemik, które prezentowano na łamach gazet. W ten sposób kształtowała się prasa polityczna, często nawołująca do rewolucyjnych zmian. Radykalizm poglądów społecznych szedł w parze z antyklerykalizmem⁶

Większość nauczania kościelnego w zakresie prasy katolickiej podkreśla walory tej prasy jako oręża w walce z tzw. złą prasą. Drugim tematem często podejmowanym jest formacja samych dziennikarzy katolickich. Jednakże pośrednio z nauczania kościelnego dotyczącego prasy katolickiej można wyprowadzić także wskazania dotyczące jej czytelnictwa.

Do pierwszych wskazówek Kościoła na temat prasy zalicza się niektóre wypowiedzi papieża Grzegorza XVI (1831-1846). W duchu apologetyczno-moralizatorskim powstała encyklika *Mirari vos* (15.08.1832), w której wyraźnie potępiono poglądy założyciela czasopisma „L’Avenir” F. De Lamennais, a także skrytykowano doktrynę liberalną⁷. Nauczanie kościelne tamtego czasu w zakresie prasy katolickiej podkreśla jej walory jako oręża w walce z tzw. złą prasą.

Pozytywnie o prasie wypowiedział się papież Pius IX w encyklice *Nostris et nobiscum* (08.12.1849). Podobny charakter miał list *Exemplar perlibenter* (20.10.1852), który był pełen zachwytu z powodu wydania przez jezuitów we Włoszech gazety „La Civiltà Cattolica”. Pismo to było nieoficjalnym organem Stolicy Apostolskiej. Funkcje taką pełniło do 21 stycznia 1861 r., kiedy to ukazał się pierwszy numer „L’Osservatore Romano” (OR), które stało się

⁵ T. G o b a n K l a s. *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*. Warszawa–Kraków 1999 s. 18.

⁶ K. P o k o r n a I g n a n t o w i c z. *Kościół w świecie mediów. Historia, dokumenty, dylematy*. Kraków 2002 s. 17-18.

⁷ G r z e g o r z X V I. *Mirari vos*. W: *Kościół o środkach komunikowania myśli* [dalej: KOŚKM]. Red. J. Góral, K. Klauza. Częstochowa 1997 s. 7-8.

oficjalnym pismem watykańskim⁸ Zostały również określone zadania OR: ma demaskować i odpierać fałszywe opinie i oszczerstwa, podawać do publicznej wiadomości fakty z życia Kościoła, przypominać zasady nauki katolickiej, pouczać o powinnościach względem ojczyzny, pobudzać cześć dla papieża oraz ukazywać i objaśniać, ile uwagi dykasterie papieskie poświęcają sztuce, literaturze, nauce i wynalazkom⁹

Od 1865 r. rozpoczęto wydawanie miesięcznika „Acta Sanctae Sedis” (ASS). Zamieszczano w nim ważniejsze dokumenty papieskie i urzędów Kurii rzymskiej. Papież Pius X dekretem z dnia 23 kwietnia 1904 r. nadał ASS charakter organu urzędowego Stolicy Apostolskiej. Miesięcznik ten był wydawany do 1908 r. Natomiast w styczniu 1909 r. ukazał się pierwszy numer „Acta Apostolicae Sedis” (AAS), które zostały wcześniej powołane do istnienia przez papieża Piusa X konstytucją *Promulgandi Pontificias constitutiones* (29.11.1908). Do dzisiaj jest to oficjalne pismo Stolicy Apostolskiej, w którym publikowane są dokumenty papieskie, wypowiedzi urzędowe Kurii rzymskiej oraz informacje o działalności Stolicy Apostolskiej. Wspomniane periodyki są wyrazem troski Stolicy Apostolskiej o rzetelną informację dotyczącą działalności i życia Kościoła. Zawierają także dokumentację nauczania kościelnego.

Papież Pius X w czasie swego pontyfikatu walczył z rozwijającymi się wówczas nurtami modernistycznymi, niezgodnymi z nauczaniem Kościoła. Stąd jego wypowiedzi w wielu punktach były bardzo ostre i krytyczne wobec prasy świeckiej. Jednakże to właśnie Piusowi X przypisuje się zdanie, że utworzenie dziennika katolickiego jest cenniejsze od wybudowania jednego budynku kościoła¹⁰

Papież Pius XI (1922-1939) w encyklice *Rerum omnium* (26.01.1923)¹¹ podkreślił, że prasa katolicka powinna być narzędziem krzewienia nauki katolickiej, natomiast św. Franciszek Salezy, biskup Genewy i doktor Kościoła, został ustanowiony patronem pisarzy katolickich, a szczególnie dziennikarzy.

⁸ K. L e w a n d o w s k i. *Prasa katolicka w nauczaniu Kościoła*. „Theologica Thoruniensia” 1:2000 nr 1 s. 327. Niektórzy autorzy podają, iż „L’Osservatore Romano” ukazał się 1 lipca 1861 r. Jego właścicielami byli początkowo Nicola Zanchini i Giuseppe Bastia. Statut programowy był zatwierdzony także przez władze świeckie. Zob. KOŚKM s. 366.

⁹ Statut „Osservatore Romano” (26.06.1861). W: KOŚKM s. 9-10.

¹⁰ F. R a d z i w i ł. *Znaczenie i potrzeba prasy katolickiej*. Kraków 1912 s. 27.

¹¹ AAS 15:1923 s. 49-50.

Ważnymi wydarzeniami dla rozwoju prasy katolickiej było tworzenie różnych organizacji, które miały za zadanie zrzeszać dziennikarzy lub popierać prasę katolicką jako nową formę apostołatu lub wprost zachęcać do czytania gazet katolickich. W 1926 r. powstało Międzynarodowe Biuro Dziennikarzy, w 1928 r. Komisja Dyrektorów i Wychowawców, a w 1936 r. utworzono Stowarzyszenie Agencji Prasowych. Również w 1936 r. na Kongresie Prasy w Rzymie powołano do istnienia Międzynarodową Unię Prasy Katolickiej (UCIP). Także w Rzymie zorganizowano Wystawę Prasy Katolickiej, której głównym zadaniem było ukazanie znaczenia czytelnictwa prasy katolickiej w duszpasterstwie¹² Trzeba również zaznaczyć, że to właśnie Pius XI po raz pierwszy użył technicznych określeń: prasa (*la stampa*) oraz opinia publiczna (*l'opinione pubblica*).

Pontyfikat papieża Pawła VI (1963-1978) obfitował w wypowiedzi i wydarzenia dotyczące środków społecznego przekazu. Przełomowe jest ogłoszenie 4 grudnia 1963 r. soborowego Dekretu o środkach społecznego przekazywania myśli *Inter mirifica*¹³ oraz utworzenie 2 kwietnia 1963 r. Papieskiej Komisji Środków Społecznego Przekazu¹⁴

Powołano też doroczny Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu, obchodzony w Kościele powszechnym od 1967 r. w niedzielę po Wniebowstąpieniu, w Polsce zaś od 1975 r. w trzecią niedzielę września. Dzień ten jest okazją do modlitwy w intencji ludzi pracujących w mediach. Jednocześnie ma uczulać wiernych na problemy związane z masowym przekazem. Powinien być to również dzień, kiedy zachęca się wiernych do czytelnictwa prasy katolickiej. Od 7 maja 1967 r. papież co roku ogłasza Orędzie na Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. Są to ważne wystąpienia, gdyż na bieżąco poruszają sprawy związane z mass mediami i ich wykorzystaniem w Kościele.

Wobec *Inter mirifica* pojawiło się sporo uwag krytycznych, co zaowocowało wydaniem Instrukcji pastoralnej *Communio et progressio* (CP) (23.05.1971)¹⁵ Dokument ten został określony przez opinię publiczną jako „wielka karta” Kościoła odnośnie do środków społecznego przekazu¹⁶ In-

¹² C h r a p e k. *Kościół wobec środków społecznego komunikowania*. „Ethos” 2:1989 nr 8 s. 234.

¹³ Dekret o środkach społecznego przekazywania myśli *Inter mirifica*. W: Sobór Watykański II. *Konstytucje, Dekrety, Deklaracje*. Poznań 1968 s. 78-86.

¹⁴ Papież P a w e ł VI. *Motu proprio In fructibus multis*. AAS 56:1964 s. 289-292.

¹⁵ KOŚKM s. 174-274.

¹⁶ E. B a r a g l i. *Comunicazione e pastorale. Sociologia pastorale degli strumenti della comunicazione sociale*. Roma 1974 s. 127.

strukcja pastoralna podkreśliła potrzebę wykorzystania prasy katolickiej w duszpasterstwie (CP 137).

Nauczanie Kościoła dotyczące prasy katolickiej od pontyfikatu Grzegorza XVI do papieża Jana Pawła II ewoluowało od postawy apologetyczno-moralizatorskiej do coraz większego otwarcia się na świat środków społecznego przekazu. Nie powstał żaden dokument, który byłby poświęcony wyłącznie prasie katolickiej. Brak syntezy pastoralnej na ten temat jest spowodowany m.in. trudnościami terminologicznymi, gdyż takie pojęcia jak „prasa katolicka” czy „dziennikarz katolicki” są różnie pojmowane w poszczególnych państwach.

3. TYTUŁY I NAKŁADY PRASY KATOLICKIEJ W POLSCE

W Polsce ukazuje się obecnie ponad 300 tytułów gazet katolickich o zasięgu ogólnokrajowym, regionalnym i diecezjalnym oraz około tysiąca periodyków parafialnych. Trudno dokładnie określić nakład prasy katolickiej, bo wydawcy niechętnie udzielają takich informacji¹⁷ Według danych Katolickiej Agencji Informacyjnej w 2000 r. nakład wszystkich tytułów prasy katolickiej wynosił około 2 mln egzemplarzy, co stanowiło zaledwie 2,5% całego rynku prasy¹⁸

Rynek prasy katolickiej został w znaczący sposób opanowany przez dwa tygodniki: katowickiego „Gościa Niedzielnego” i częstochowską „Niedzielę” „Niedziela”, według nie weryfikowanych deklaracji samej redakcji, ma 700 tys. nakładu, a „Gość Niedzielny”, według danych Związku Kontroli Dystrybucji Prasy, ma 165 tys. nakładu. Oba tygodniki zawdzięczają swój sukces wydawniczy wejściu do poszczególnych diecezji na mocy decyzji biskupów diecezjalnych. Każda z redakcji otwierała oddziały w diecezjach, redagując wkładkę lokalną, dołączoną do wydania ogólnopolskiego. „Gość Niedzielny” współpracuje z 13 diecezjami, a „Niedziela” z 18 diecezjami. Nieliczne diecezje rozprowadzają oba pisma, np. lubelska, warszawska i warszawsko-praska¹⁹ Również niewiele diecezji zdecydowało się na wydawanie własnego

¹⁷ Do Związku Kontroli Dystrybucji Prasy należy tylko „Gość Niedzielny”

¹⁸ We Francji, mimo silnej laicyzacji, nakłady prasy katolickiej osiągają 5 mln. egzemplarzy, a w Niemczech 9 mln egzemplarzy.

¹⁹ M. P r z e c i s z e w s k i. *Wiara na łamach*. „Press” 2000 nr 10 s. 66.

tytułu diecezjalnego, np. diecezja pelplińska wydaje „Pielgrzyma” a diecezja gdańska do 2003 r. wydawała „Gwiazdę Morza” Obecnie po kłopotach finansowych wydawnictwa archidiecezji gdańskiej gazetę zawieszono.

Próbie tworzenia lokalnego konsorcjum prasy katolickiej podjęła krakowska Fundacja Źródło, która skupia krakowskie grupy obrony życia. Powołali oni do istnienia w 1992 r. „Tygodnik Rodzin Katolickich Źródło”, który wydawany jest w nakładzie 46 tys. egzemplarzy i ma cztery wkładki diecezjalne. Poza tym Fundacja wraz ze spółką wydawniczą AZ wydaje „Wychowawcę” – miesięcznik dla nauczycieli. Zainicjowała także powstanie w 1995 r. dwutygodnika dla młodzieży „Droga”, wydawanego przez związane z Fundacją Stowarzyszenie „Nasza Przyszłość” w nakładzie 23 tys. egzemplarzy. Przy współpracy z AZ publikowany jest w nakładzie 24 tys. egzemplarzy tygodnik dla najmłodszych dzieci „Jaś” i w nakładzie 30 tys. tygodnik dla starszych dzieci „Dominik”²⁰

W Polsce zachodniej ważnym tytułem jest poznański „Przewodnik Katolicki” Nakład pisma wynosi 38 tys. egzemplarzy. Wartym zauważenia jest także krakowski „Tygodnik Powszechny”, który uważany jest za jedyne pismo opiniotwórcze wydawane poza Warszawą. Na progu lat 90., wskutek zbyt ostrego zaangażowania politycznego²¹, przeżył kryzys i zmniejszył swój nakład ze 100 tys. do zaledwie 40 tys. egzemplarzy, przy nadal sporych zwrotach i ciągłej tendencji spadkowej zainteresowania pismem²²

W ostatnich latach w Polsce dynamicznie rozwijała się prasa parafialna. Nie jest ona nastawiona na zysk, a jej ogromną zaletą jest zakorzenienie w środowisku lokalnym. Takie gazetki utrzymują się ze sprzedaży, z ofiar wiernych i datków sponsorów. Prasa parafialna stawia sobie trzy podstawowe cele: ewangelizacja środowiska, informacja na temat bieżących spraw z życia lokalnej społeczności (parafii czy gminy) oraz integracja społeczna.

Wśród miesięczników największy nakład ma franciszkański „Rycerz Niepokalanej”, który ukazuje się w 206 tys. egzemplarzy. Posiada też wersję dla dzieci pt. „Mały Rycerzyk Niepokalanej” Na drugim miejscu jest założony w 1996 r. miesięcznik „Rodzina Radia Maryja”, którego nakład wynosi około 100 tys. egzemplarzy. Gwałtowny rozwój miesięcznik ten zawdzięcza wspar-

²⁰ Tamże s. 68.

²¹ Zaważyło na tym przede wszystkim wyraźne poparcie Tadeusza Mazowieckiego przed wyborami prezydenckimi, a dość ostra krytyka Lecha Wałęsy.

²² Tamże s. 69.

ciu „Radia Maryja” oraz kolportażowi, który opiera się głównie na ogólnopolskiej sieci kół Rodziny Radia Maryja²³

Do inteligencji adresowane są takie miesięczniki, jak krakowski „Znak” warszawska „Więź” czy poznańskie „W drodze”. Są to pisma, których nakłady osiągają 3-6 tys. egzemplarzy, co stanowi średnią europejską dla tego typu wydawnictw. „Znak” próbuje przedstawiać najnowszą myśl chrześcijańską i jest uważany za jedno z najlepszych tego typu pism w Europie. Natomiast oficjalne pismo Stolicy Apostolskiej miesięcznik „L’Osservatore Romano” w wersji polskiej jest wydawany w nakładzie 42 tys. egzemplarzy²⁴

Stowarzyszenia, ruchy i wspólnoty kościelne działające w Polsce również wydają swoje periodyki. Według badań socjologicznych prowadzonych w 1997 r. ponad 4% Polaków należy do jakiegoś ruchu czy stowarzyszenia katolickiego, a w 2000 r. liczbę uczestniczących szacowano na 1,5 mln osób²⁵. To już jest spora grupa potencjalnych czytelników pism katolickich. Najbardziej znany miesięcznik, wywodzący się z Ruchu Odnowy w Duchu Świętym, to „List”. Ukazuje się on w nakładzie 15 tys. egzemplarzy i jest rozprowadzany głównie przez członków wspólnoty. Wspólnota Emmanuel wydaje „Jezus Żyje”, ruch Focolari wydaje „Nowe Miasto”, a wspólnota osób niepełnosprawnych „Wiara i Światło” publikuje „Światło i Cienie”. Są to głównie pisma o niskim nakładzie – średnio 3 tys. egzemplarzy, ale mają spore znaczenie formacyjne dla członków poszczególnych wspólnot. Wśród ogólnopolskich kwartalników dla młodzieży ważne miejsce zajmuje krakowski „eSPe” i magazyn muzyczny „RUaH”, który ukazuje się wraz z płytą CD, promującą nowości muzyki chrześcijańskiej.

Na czytelnictwo prasy katolickiej wpływa także jej dystrybucja. Dwa największe ogólnopolskie tygodniki katolickie 20% nakładu rozprowadzają poprzez „Ruch”. Poza tym zbudowały one sieć kolportażu w diecezjach. Wiele pism katolickich w diecezjach rozprowadzane jest na zasadzie centralnego rozdzielnika. Od wielkości parafii zależy, ile egzemplarzy promowanego w danej diecezji pisma katolickiego otrzyma proboszcz do rozprowadzenia. Zwroty przeważnie są niemożliwe, po prostu proboszczowie płacą także za egzemplarze, których nie uda się sprzedać.

²³ Tamże.

²⁴ Tamże s. 70.

²⁵ Por. A. S c h u l z. *Wiosna Kościoła w Polsce. W: Leksykon ruchów i stowarzyszeń w Kościele*. Red. A. Petrowa-Wasilewicz. Warszawa 2000 s. 9-11.

4. WNIOSKI I POSTULATY PASTORALNE

Po zakończeniu II wojny światowej Kościół katolicki w Polsce podjął próbę reaktywacji zniszczonych podczas okupacji niemieckiej wydawnictw i redakcji prasowych. W 1948 r. ukazywało się osiem tygodników katolickich o łącznym nakładzie 335 tys. egzemplarzy. Na początku lat pięćdziesiątych władze komunistyczne nałożyły liczne restrykcje na wydawnictwa katolickie. Do 1989 r. książki i prasa katolicka były szczególnie dokładnie cenzurowane i trudno dostępne. Potem nastąpiła poprawa sytuacji, ale całkowita wolność w dziedzinie mediów zapanowała dopiero po 1989 roku²⁶

Działalność wydawnictw katolickich w społeczeństwie postkomunistycznym nie jest łatwa. W Polsce w dziedzinie mass mediów akcentowano prawo Kościoła katolickiego do ich posiadania, co w praktyce prowadziło bardziej do mnożenia ich liczby niż zapewnienia właściwego rozwoju. Taka sytuacja niestety trwa nadal. Niektóre pisma katolickie przed 1989 r. były postrzegane przede wszystkim jako opozycyjne i co za tym idzie – polityczne. Po przejściu od totalitaryzmu komunistycznego do demokracji wielu opozycjonistów, a przy tym profesjonalnych pisarzy i dziennikarzy przestało publikować w pismach katolickich. Część z nich zajęła się czynnie polityką, a część przeszła do czasopism świeckich²⁷

Kościół katolicki nie był dostatecznie przygotowany na pluralizm w dziedzinie środków społecznego przekazu. Wydawało się, że samo powołanie do istnienia mediów katolickich przyniesie sukces. Niestety w dziedzinie środków społecznego przekazu ilość nie szła w parze z jakością. Szybko okazało się, że w dziedzinie wydawniczej media konfesyjne przegrywają z komercyjnymi. Dla przykładu można podać, że jesienią 1996 r. tygodnik „Niedziela” czytało 2,1% Polaków, a tygodnik „Gość Niedzielny” 1,6%, natomiast bulwarowy tygodnik „Nie” – 5,5%²⁸ Zresztą podobne problemy przeżywały i nadal jeszcze przeżywają także poważne wydawnictwa świeckie.

Prasa katolicka powinna być czytana przez wiernych regularnie, ponieważ jest narzędziem dialogu i kształtowania opinii publicznej²⁹ W Polsce nie

²⁶ J. M a r i a ń s k i. *Kościół katolicki w Polsce a środki społecznego przekazu*. W: *Kościół i religijność Polaków 1945-1999*. Red. W Zdaniewicz, T Zembrzuski. Warszawa 2000 s. 45-49.

²⁷ Tamże s. 53.

²⁸ Tamże s. 52.

²⁹ Zob. K. L e w a n d o w s k i. *Prasa katolicka w świetle nauczania Kościoła współczesnego. Studium pastoralne*. Lublin 1994 (Mps – ABKUL).

ma codziennej gazety, która miałaby całkowicie poparcie Episkopatu Polski. Istnieje „Nasz Dziennik”, który dość dobrze radzi sobie na rynku prasowym, ale i tak przegrywa w rywalizacji z prasą komercyjną. W 2001 r. „Nasz Dziennik” miał 1,19% udziału w całym rynku prasowym. Dla ilustracji największy udział w rynku miała „Gazeta Wyborcza” – 16,84%³⁰, natomiast już w 2003 r. „Nasz Dziennik” nie został w ogóle ujęty w badaniach czytelnictwa³¹

„Nasz Dziennik” swój relatywny sukces zawdzięcza reklamie i wsparciu „Radia Maryja” i środowisk Rodziny Radia Maryja. Jednakże jest to raczej dziennik poruszający problematykę religijną, ale nie katolicki w pełnym tego słowa znaczeniu. Nie ma on przecież jednoznacznej aprobaty kompetentnej władzy kościelnej.

Po 1989 r., kiedy zlikwidowano cenzurę i polepszyły się stosunki Kościoła z państwem, Episkopat Polski podjął próbę stworzenia dziennika katolickiego. Powołanie do istnienia nowego tytułu łączy się z ogromnymi nakładami finansowymi, jak również wymaga zgromadzenia sporej grupy profesjonalnie przygotowanych dziennikarzy. Dlatego nie odważono się na stworzenie całkowicie nowego pisma. W 1993 r. przekształcono dziennik wydawany przez PAX „Słowo Powszechne” w „Słowo – Dziennik Katolicki”³². Zachowano bazę maszynową i większość dziennikarzy po poprzednim tytule. Niestety takie rozwiązanie wydawało się już wtedy niewystarczające, a czas pokazał, że było chybione. Pomimo wyraźnej zachęty biskupów do czytania tego dziennika katolickiego jego nakład systematycznie spadał. Od 30 kwietnia 1997 r. „Słowo – Dziennik Katolicki” przekształciło się w tygodnik, natomiast w czerwcu 1997 r. z powodu kłopotów finansowych zawiesiło swoją działalność³³

Trudno jednoznacznie wskazać przyczyny upadku dziennika katolickiego w Polsce. Jedną z przyczyn było skojarzenie przez katolików nowego dziennika z dawnym środowiskiem PAX-u, organizacji z założenia powiązanej z ówczesną władzą komunistyczną. Tak więc, mimo poparcia Episkopatu Polski, dla wielu ludzi wierzących ten dziennik nie był głosem Kościoła, a nawet mógł się kojarzyć z kolaboracją i konformizmem.

³⁰ *Media w badaniach*. Red. M. Polewska. Poznań 2002 s. 15.

³¹ *Media w badaniach*. Red. M. Polewska. Poznań 2003 s. 15.

³² E. B a n a s z k i e w i c z Z y g m u n t. *Media*. Warszawa 2000 s. 278.

³³ Ostatnim redaktorem naczelnym był A. Chojnowski.

Ciągle więc aktualny jest postulat II Polskiego Synodu Plenarnego, aby środowiska katolickie stworzyły własny dziennik. Jeżeli Kościół w Polsce nie jest w stanie finansowo udźwignąć takiej inwestycji, to należy zastanowić się nad przekształceniem „Naszego Dziennika” w gazetę, która ma poparcie Episkopatu Polski. Zapewne wymagałoby to stworzenia odpowiednich statutów, a także powołania do istnienia nie tylko asystenta kościelnego, ale również rady programowej. Może udałoby się zainteresować jeden z zachodnich katolickich koncernów prasowych, aby podjął ryzyko wsparcia finansowego takiego dziennika.

Niepokoi także znikomy udział w ogólnym rynku prasowym segmentu prasy katolickiej, albowiem utrzymuje się on na poziomie zaledwie 2,5%. Niskie nakłady pism katolickich w połączeniu z minimalną ich reklamą wpływają także na niewystarczający poziom czytelnictwa tej prasy. Polskie środowiska kościelne po 1989 r. zostały zaskoczone bezwzględną konkurencją na rynku prasowym. Poza tym ciągle jeszcze widoczny jest brak profesjonalnych dziennikarzy katolickich³⁴. Dobrzy pisarze, publicyści, eseści itd., nawet jeśli rozpoczynają swoją pracę w redakcjach katolickich, potem często przechodzą do pism komercyjnych, a jest to spowodowane głównie lepszymi warunkami finansowymi.

Dziennikarze katoliccy mają jednak kilka mocnych stron, które wyróżniają ich na rynku mediów. Dobrze znają się na sprawach Kościoła, a więc zajmują się realnymi problemami, a nie tylko drugorzędnymi sensacjami. Poza tym opisują świat mniej powierzchownie niż dziennikarze innych mediów. Nie stawiają zysku ponad rzetelność i piszą to, do czego sami są przekonani³⁵.

Nie można jednak przemilczeć braków prasy katolickiej. Znaczący problem stwierdzają, że dziennikarze katoliccy nie zawsze piszą zwięźle i z polotem. Często używają hermetycznego języka kościelnego. Chcą napisać wiadomość lub reportaż, a wychodzi im homilia. Są przekonani, że służą idei, i często zapominają o czytelniku. Poza tym pracują w zwolnionym tempie (tzw. tempo kościelne) – piszą o sprawach, o których wszyscy już zapomnieli. Media katolickie rzadko prowadzą badania czytelnictwa, przez co nie mają informacji zwrotnej i nie korygują swojej działalności³⁶.

³⁴ Por. P r z e c i s z e w s k i, jw. s. 66.

³⁵ M. P r z e c i s z e w s k i, M. R o b a k, K. T o m a s i k. *Prasa katolicka – na granicy pierwszego i drugiego obiegu*. „Wiadomości KAI” 05.10.2000 s. 17

³⁶ Tamże.

Pozytywnym akcentem jest to, że od kilku lat po raz pierwszy w historii Polski Kościół katolicki kształci dziennikarzy. Poza tym od połowy lat dziewięćdziesiątych działa Katolickie Stowarzyszenie Dziennikarzy, które ma swoje oddziały terenowe w różnych częściach kraju³⁷

Jednakże ze strony Kościoła potrzeba jeszcze większej troski o należyte przygotowanie dziennikarzy katolickich. Chodzi również o należyte, odpowiednie do wykonywanej pracy, wynagrodzenie dla tych ludzi, aby ze względów materialnych nie musieli szukać pracy w mediach pozakościelnych.

Sytuacja na rynku prasy katolickiej pogorszyła się po nowym podziale diecezji w Polsce, który dokonał się 25 kwietnia 1992 r. Liczba diecezji wzrosła z 27 do 49. W 2004 r. powstały jeszcze dwie nowe diecezje. Decyzja o reorganizacji struktur kościelnych jest ważna z duszpasterskiego punktu widzenia, jednak dla prasy okazała się niekorzystna, obudziła bowiem ambicje wydawania własnego pisma w niemal każdej diecezji³⁸ Spowodowało to rozdrobnienie rynku. Tygodniki „Niedziela” i „Gość Niedzielny” przejęły część z tych tytułów, które w większości i tak były redagowane i wydawane na niskim poziomie.

Do dziś wiele diecezji ma ambicje wydawania własnego tytułu prasowego. Jest to problem szerszy, albowiem dotyczy również radia. Możliwe, że niektóre pisma diecezjalne są redagowane na wysokim poziomie i spełniają dobrze swoje zadania. Jednakże, aby się o tym przekonać, poszczególne diecezje powinny poważnie zająć się badaniem czytelnictwa na swoim terenie. Z niektórych tytułów pewnie należałoby zrezygnować, albowiem służą one tylko zaspokajaniu lokalnych aspiracji. Tytuły ogólnopolskie, sprawdzone, redagowane profesjonalnie, jak tygodnik „Niedziela” czy tygodnik „Gość Niedzielny”, niewątpliwie należy wspierać. Przecież istnieje możliwość istnienia wkładki diecezjalnej, a dzięki temu wierni mieliby dostęp do informacji lokalnej, ale również jeszcze bardziej byłiby osadzeni w realiach Kościoła powszechnego.

Przeszkodą w rozwoju prasy katolickiej jest brak wspólnego kolportażu. Pilnym postulatem jest integracja istniejących już sieci kolportażu pism katolickich. Problem w tym, że większość tytułów traktuje siebie jako konkurencję, a nie sprzymierzeńca w dziele ewangelizacji³⁹ Najlepszym rozwiąza-

³⁷ M a r i a ń s k i, jw. s. 53.

³⁸ Podobne problemy (finansowe i związane z brakiem profesjonalnych dziennikarzy) przeżywają również katolickie rozgłoszenie radiowe. Każda diecezja miała ambicję mieć własne radio, bez należytej strategii rozwoju tego medium.

³⁹ P r z e c i s z e w s k i, jw. s. 70.

niem byłoby powołanie ogólnopolskiego funduszu wspierającego pisma mniej dochodowe. Jednakże przy obecnym sposobie finansowania Kościoła w Polsce jest to trudne do zrealizowania⁴⁰

Celowe wydaje się też budowanie, wzorem innych państw europejskich, koncernów prasy katolickiej, będących w stanie zagwarantować sobie silną pozycję na rynku⁴¹. Zyski z bardziej dochodowych pism byłyby przekazywane na wsparcie pism elitarnych i często niskonakładowych, ale również potrzebnych.

O dostępie do prasy decyduje również sytuacja ekonomiczna czytelników. Prasa katolicka na całym świecie jest droga, ale w Polsce jest bardzo droga w zestawieniu z przeciętnym wynagrodzeniem. Dobra gazeta coraz częściej bywa zarezerwowana dla elit ekonomicznych, a one z różnych względów nie zawsze są zainteresowane kupowaniem i czytaniem publikacji, tym bardziej religijnych. W ten sposób funkcjonuje spirala, która sprzyja wtórnemu analfabetyzmowi w Polsce. Najlepiej to widać na przykładzie książek. Wydaje się je w małych nakładach, ponieważ nie ma rynku zbytu, a w związku z tym są drogie, więc niewielu stać na ich zakup. Jak więc zaradzić takiej sytuacji? Na pewno czytelnictwo powinno być roztropnie wspierane przez państwo. Również Kościół powinien zadbać o stworzenie specjalnego funduszu rozwoju czytelnictwa religijnego. Przecież nie leży w interesie Kościoła i również państwa, aby jego obywatele stawali się analfabetami, a często, co za tym idzie, ludźmi społecznie nieprzystosowanymi. Takie pomysły sprawdziły się na świecie, choć w Polsce niekoniecznie muszą odnieść sukces⁴²

BIBLIOGRAFIA

- G o b a n K l a s T.: Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu. Warszawa–Kraków 1999.
- H o r d i n G.: La stampa cattolica. Catania 1966.

⁴⁰ Episkopat Niemiec stworzył centralny fundusz prasy katolickiej, który udziela dotacji pismom mniej dochodowym, tak aby mogły się utrzymać na rynku.

⁴¹ Największy koncern prasy katolickiej Bayard-Press wydaje 57 pism i z powodzeniem konkuruje z innymi koncernami prasowymi.

⁴² M. C z u b a j, J. W r ó b l e w s k i. *Kraina analfabetów. Raport*. „Polityka” 2003 nr 21 s. 4-10.

- K u n c z i k M., Z i p f e l A.: Wprowadzenie do nauki o dziennikarstwie i komunikowaniu. Warszawa 2000.
- L e w a n d o w s k i K.: Prasa katolicka w działalności Kościoła w świetle mass-mediologii teologicznej. „Theologica Thoruniensia” 1:2000 nr 1 s. 347-360.
- Prasa katolicka w nauczaniu Kościoła. „Theologica Thoruniensia” 1:2000 nr 1 s. 325-345.
- Prasa katolicka w świetle nauczania Kościoła współczesnego. Studium pastoralne. Lublin 1994 (Mps – ABKUL).
- P a m u ł a S.: Środki społecznego przekazu w duszpasterstwie. W: Teologia pastoralna. Red. R. Kamiński. T. 1: Teologia pastoralna fundamentalna. Lublin 2000 s. 203-221.
- P o k o r n a I g n a n t o w i c z K.: Kościół w świecie mediów. Historia, dokumenty, dylematy. Kraków 2002.
- P o l e w s k a M. (red.): Media w badaniach. Poznań 2002.
- Media w badaniach. Poznań 2003.
- P r z e c i s z e w s k i M.: Wiara na łamach. „Press” 2000 nr 10 s. 66-71.
- P r z e c i s z e w s k i M., R o b a k M., T o m a s i k K.: Prasa katolicka – na granicy pierwszego i drugiego obiegu. „Wiadomości KAI” 05.10.2000 s. 14-19.
- R a d z i w i ł F.: Znaczenie i potrzeba prasy katolickiej. Kraków 1912.

THE CATHOLIC PRESS IN POLAND

S u m m a r y

The Catholic press is a tool for transmitting information and for having a dialog between the Catholic Church and the world, but it is also a forum for a dialog inside the Church. The task of this press is to mould, consolidate and support the public opinion, according to the natural law as well as to the teaching and directions of the Church. In Poland we distinguish the Church press that is published immediately by Church institutions; the Catholic press, that is the press that has a Church assistant; the and religious press, in which religious issues are brought up. In Poland there are two leading Catholic weeklies: “Niedziela” (“Sunday”) and “Gość Niedzielny” (“Sunday Visitor”). Forming a strategy for development of the Catholic press and establishing a Catholic daily is an important task to be carried out. It is possible that after the model of other nations a special Polish fund for promoting Catholic press should be established.

Translated by Tadeusz Karłowicz

Słowa kluczowe: prasa katolicka, prasa religijna, prasa kościelna, tytuły i nakłady prasy katolickiej, czytelnictwo religijne.

Key words: Catholic press, religious press, Church press, titles and circulation of Catholic press, religious readership.