



The
Church
is listening



*"We wczesnym życiu Kościoła,
Wielcy Apostołowie i ich uczniowie przynieśli Dobrą Nowinę o Jezusie
do świata greckiego i rzymskiego.
Tak jak w tamtym czasie owocna ewangelizacja
wymagała zwrócenia szczególnej uwagi na zrozumienie
kultura i zwyczaje tych pogańskich ludów
aby prawda Ewangelii dotknęła ich serc i umysłów,
Tak więc również dzisiaj głoszenie Chrystusa w świecie nowych technologii
wymaga głębokiej znajomości tego świata, jeśli technologie te są
aby odpowiednio służyć naszej misji.ⁱ "*

*"Kościół, który 'idzie naprzód'
jest wspólnotą uczniów-misjonarzy, którzy robią pierwszy
krok, którzy są zaangażowani i wspierają, którzy przynoszą
owoce i radują się.*

*Wspólnota ewangelizacyjna wie, że Pan podjął inicjatywę, że On
pierwszy nas umiłował (por. 1 J 4, 19), dlatego możemy iść naprzód,
odważnie podejmować inicjatywę, wychodzić do innych, szukać tych, którzy
odpadli,
stanąć na rozdrożu i przyjąć wyrzutka. Taka
wspólnota ma niekończące się pragnienie okazywania
miłosierdzia,
owoc własnego doświadczenia mocy nieskończonego miłosierdzia Ojca.ⁱⁱⁱ .*

Część I: WPROWADZENIE

a. pochodzenie i proces

Pochodzenie: Genezą projektu jest wezwanie papieża do zwołania Synodu na temat synodalności. Projekt ^{RIIALiii} przyjmuje to wezwanie i proponuje Sekretariatowi Generalnemu projekt "Kościół słucha Ciebie", pod hasłami papieża Franciszka: "Kościół wychodzący naprzód" i "docierający do egzystencjalnych peryferii", przenosząc Synod na kontynent cyfrowy, tak aby nikt nie był wykluczony.

Rozwój: Z duchem komunii od samego początku, ^{iMisióiv} został włączony i, ku wielkiemu zaskoczeniu, dołączyło do niego ponad 100 instytucji i sieci, które ewangelizują w świecie cyfrowym. Metodologia została stworzona przez grupę Delibera Collaborative Intelligence i rozwijała się wraz z wkładem zgodnie z dynamiką współpracy. Niewielka oryginalna społeczność zajmująca się animacją i koordynacją napędzała rozwijający się projekt, rozszerzając się w ten sposób na kilka zespołów, aby ożywić różne społeczności w różnych językach i kulturach.

Wymiar: Jest to projekt "seminaryjny", początkowy i wstępny, a jego wyniki nie są absolutne ze względu na krótkość doświadczenia; były one jednak wystarczające, ponieważ otwarcie tych drzwi pozwoliło nam zobaczyć, że Cyfrowy ^{Kontynentv} istnieje i że musimy mu towarzyszyć. Co więcej, wartość projektu polega na tym, że pokazuje on istnienie i rozwój życia kościelnego w tej nowej rzeczywistości.

Specyfika: Wiele rzeczywistości kościelnych korzystało z zasobów internetowych, wzbogacając instytucjonalne procesy synodalne. Oryginalność propozycji zorganizowania Synodu na cyfrowym kontynencie nie polega na wykorzystaniu narzędzi cyfrowych, ale na wartościowaniu przestrzeni cyfrowych jako "locus", zamieszkałych przez ludzi w naturalny i właściwy sposób, a zatem nieuczestniczących osobiście w instytucjonalnym życiu Kościoła.

Zakres:

- Czas realizacji: 2,5 miesiąca
- Używane języki: 7 (angielski, hiszpański, francuski, portugalski, włoski, malajalam, tagalski).
- Kraje, które wypełniły kwestionariusz: 115
- Sieci i instytucje, które dołączyły: 100+
- Influencerzy, którzy dołączyli: 244
- Wypełnione kwestionariusze: 110,000
- Propozycje dla Synodu: 150 000
- Dotarcie do osób (potencjalnych ^{odbiorców}) w związku z synodem: 20 000 000

Proces: Synod eklezjalny jest procesem kroczenia razem, w komunii, uczestnictwie i misji. Aby zrozumieć specyfikę tego procesu na kontynencie cyfrowym, wyróżniamy następujące podmioty i działania:

- **Wpływowi:** Świadkowie, którzy głoszą i słuchają (Kościół wychodzący) oraz towarzyszą (Kościół ^{samarytański}) z oryginalnością i kreatywnością w językach i technice właściwej dla tej dziedziny. (Termin "influencer" - patrz przypis [viii](#)).
- **Zwolennicy:** Mieszkańcy Cyfrowego Kontynentu, potrzebujący odpowiedzi na egzystencjalne pytania, wiary, poszukujący wspólnoty tożsamości, którzy chcą mówić i być słyszani.
- **Cyfrowy proces synodalny:** Zwołanie, Katecheza, Postanie misyjne, Animacja i koordynacja, Konsultacje, Gromadzenie i analiza danych, Propozycje dla Synodu

b. KLUCZE DO ZROZUMIENIA PROCESU

Proces Synodalny jest przedstawiony w **kluczowych dwumianach** (słowach kluczowych):
cztery z nich są skierowane do **Ludzi** i cztery skierowane do **Środowiska Cyfrowego**.

Ludzie:

1- **Świeccy i współodpowiedzialność:** Odkrycie influencerów z perspektywy Soboru Watykańskiego II, jako prawdziwych ewangelizatorów, współodpowiedzialnych za działania w Kościele i w świecie, zgodnie z tożsamością i misją, która dotyczy ich jako ochrzczonych misjonarzy. Oprócz znaczącej obecności kapłanów, zakonników i osób konsekrowanych, z autentyczną misyjną śmiałością i kreatywnością, obecność świeckich przelewa się na sieci społecznościowe. Kochają Jezusa i znają świat.

2- **Charakter misyjny i towarzyszenie:** Ze względu na swój misyjny charakter, projekt zaproponował realizację wezwania do bycia Kościołem, który wychodzi na egzystencjalne peryferie, tak aby nikt nie był wykluczony z synodalnego procesu słuchania. Metoda ewangelizacji w sieci manifestowała prawdziwą ludzką i chrześcijańską relację między influencerami/cyfrowymi ewangelizatorami a wyznawcami. Relacja ta generowała interaktywność między głoszeniem a poszukiwaniem wiary i towarzyszeniem. Wywołała, przekonała i towarzyszyła poszukiwaniom.

3- **Kontakty i powiązania:** Istnieją dwa rodzaje relacji: influencerów/ewangelizatorów z ich zwolennikami oraz influencerów/ewangelizatorów między sobą. Jeśli chodzi o pierwszy z nich, zaobserwowano, że ewangelizatorzy wzmacniali i poszerzali wiedzę oraz relacje w swoich społecznościach. Jeśli chodzi o drugi typ, rozszerzyli swoje relacje poza znane im kręgi, osiągając bardziej wspólnotową / sieciową więź, oferując możliwość poczucia wspólnoty kościelnej, towarzysząc i uczestnicząc w misyjnym życiu Kościoła.

4- **Samotność i komunია:** Cyfrowi ewangelizatorzy wyrazili potrzebę bycia wysłuchanym, towarzyszenia, uznania i integracji. Odkryli siebie jako wspólnotę na łonie Kościoła powszechnego, otwartą na wymianę i wsparcie. Ludzie czuli się wezwani, wołali do innych, otrzymali propozycję i wygenerowali procesy, stali się współtwórcami projektu i zaangażowali się. *Celebracja wysyłania* typizowała duchowość i tożsamość w misji. Wreszcie, wpływowi i naśladowcy wyrazili głębokie uznanie dla procesu synodalnego

Środowisko cyfrowe:

1- **Instrument i miejsce:** Technologia cyfrowa była pierwotnie rozumiana i wykorzystywana jako instrument promocji i komunikacji. Jednak jej rozwój i implantacja w społeczeństwie wygenerowały nową przestrzeń dla ludzi. Perspektywa pojmowania tej nowej kultury z perspektywy Kontynentu Cyfrowego polega na włączeniu koncepcji bycia "miejscem" (*locus*), które musi być zamieszkane, oraz wizji cyfrowych tubylców. Nie wystarczy korzystać z sieci; należy ją zrozumieć i zamieszkać w niej, z jej językiem i dynamiką, ponieważ to, co nie zostanie przyjęte, nie zostanie odkupione.

2- **Ludzkie i nadprzyrodzone:** W relacjach i działaniach rozwijanych w sieci zdaliśmy sobie sprawę z człowieczeństwa i nadprzyrodzonego sensu, które można ustanowić w tych więziach. Ponieważ za każdym razem, gdy nawiązywane jest połączenie między ludźmi, pojawia się "ja" i "ty", co jest również weryfikowane w przestrzeni cyfrowej. Doświadczenia, wyraźnie widoczne podczas pandemii, pokazują, w jakim stopniu, gdy istnieje poszukiwanie i intencja, pojawiają się wydarzenia, które otwierają nas na nadprzyrodzone.

3- **Rzeczywiste i cyfrowe:** To ludzie - ich czasy, uczucia, wiara i relacje - są zawsze prawdziwi, podczas gdy przestrzeń cyfrowa jest medium i miejscem wykorzystywanym do nawiązywania więzi między ludźmi, pozwalając ludziom dzielić się na odległość. Interaktywność jest zapośredniczona przez technologię cyfrową, która nie unieważnia, ale raczej jest nośnikiem relacji i prawdziwych doświadczeń.

4- **Instytucja i charyzmat:** Doświadczenie synodalne pozwoliło nam zrozumieć, że influencerzy/ewangelizatorzy cyfrowi poruszali się z kreatywnością i odwagą, każdy ewangelizując z własnym charyzmatem, bez formalnych ram instytucjonalnych, wprowadzając innowacje i antycypując misję duszpasterską w środowisku cyfrowym. Pragnienie i potrzeba ustanowienia

formalnej i wzajemnej relacji z instytucją kościelną, zarówno w celu uznania i towarzyszenia, jak i wniesienia wkładu w życie instytucjonalne z tego, co jest właściwe dla kultury komunikacyjnej i cyfrowej, stały się jasne.

Część II: SYNTEZA

1. Bohaterowie:

a. Influencerzy/cyfrowi ewangelizatorzy

Cyfrowi ewangelizatorzy pełnią prawdziwą misję w "świecie", gdzie jest wielu ludzi, którzy nie znają Boga, ale szukają odpowiedzi na egzystencjalne pytania.

Spośród 244 ewangelizatorów, do których udało nam się dotrzeć w ramach wspólnej misji, 27% to księża; 10% to siostry zakonne, a 63% to katecheci i zaangażowani świeccy, o różnych stylach i wrażliwości kościelnej. Kontakt z influencerami/ewangelizatorami odbywał się na zasadzie "apostolskiej" - influencerzy przedstawiali sobie nawzajem projekt, co było gwarancją jego eklezyjalności.

Ci influencerzy/cyfrowi misjonarze mają *potencjalny zasięg 20 milionów* obserwujących.

Projekt "*Kościół cię słucha*" został przedstawiony influencerom / misjonarzom cyfrowym w celu przeprowadzenia procesu "cyfrowego słuchania" w ich własnych sieciach i społecznościach (Instagram, Tik-Tok, YouTube, Facebook, Twitter, WhatsApp i e-mail), zgodnie z ich czasami, sposobami i charyzmatami. Ich zwolennicy trzymają się ich sposobów przedstawiania Ewangelii i rozumienia rzeczywistości.

Sieci okazują się być ważnym dwukierunkowym kanałem komunikacji, który dociera tam, gdzie i kiedy są ludzie, zwłaszcza "peryferia".

b. Lud Boży, który uczestniczył

Oprócz ochrzczonych i praktykujących wierzących, istnieje znaczny udział osób niepraktykujących, agnostyków i ateistów, którzy podążają za tymi ewangelizatorami i chcieli odpowiedzieć na wezwanie do udziału w tym projekcie.

Tam, w przestrzeniach cyfrowych, znajdujemy zranionych ludzi, którzy wyrażają swoje egzystencjalne pytania, żyjąc w sytuacji peryferii i wyobcowania oraz w różnych sytuacjach wiary. Kobiety i mężczyźni w różnym wieku czekają, czasem nieświadomie, na głoszenie zbawienia.

58% respondentów ma mniej niż 40 lat, a 84% miało osobiste spotkanie z Bogiem. 66% chodzi na mszę, z czego 1 na 3 śledzi katolickiego influencera/cyfrowego ewangelizatora, który stara się wchodzić w interakcje i pogłębiać ich wiarę.

Zwolennicy katolickich influencerów/cyfrowych ewangelizatorów, do których dociera ta inicjatywa, są reprezentatywną próbką Ludu Bożego, zwłaszcza młodych ludzi. Wielu z nich jest "tylko cyfrowych", to znaczy nie uczestniczą w bezpośrednich działaniach Kościoła.

Z punktu widzenia ich relacji z wiarą katolicką można wyróżnić trzy główne segmenty:

- **Praktykujący wierzący (50%):** aktywni wierni, zaangażowani i zadowoleni z Kościoła i religii katolickiej. Niektórzy z nich przyznają, że chcieliby być bliżej, ale nie znajdują czasu ani sposobu, aby uczestniczyć bardziej zgodnie z ich życzeniami. W tej grupie wyróżniają się osoby starsze. Niewątpliwie mamy do czynienia z grupą o wysokiej wierności Kościołowi, która pragnie być jeszcze bardziej zintegrowana. Być może dlatego podążają za katolickimi influencerami: chcą wejść głębiej, poprzez słuchanie i cichy dialog, który trudno znaleźć w rzeczywistości twarzą w twarz.

- **Zdystansowani katolicy (40%):** są to wierni, którzy uczestniczyli w jakimś momencie, ale zdystansowali się lub ich wiara ostygła, albo z powodu decyzji Kościoła, albo braku zainteresowania. Większość z nich zgadza się, że chcieliby być bliżej Kościoła, ale czują się wykluczeni. Do tej grupy można dodać tych, którzy twierdzą, że zbliżają się do instytucji w czasach

potrzeby proszenia lub wyrażania wdzięczności. Ta grupa, jeśli nic nie zostanie zrobione, aby ich powitać, będzie się coraz bardziej oddalać, choć niekoniecznie zrywając z wiarą.

- **Ci, którzy już odeszli, agnostycy i ateści (10%):** jest to grupa mniejszościowa i na krawędzi. Nie są już zainteresowani zbliżaniem się do Kościoła katolickiego jako instytucji i wolą uczestniczyć w innych organizacjach religijnych i filantropijnych, ale przyciągają ich wpływowi ludzie, których przesłania postrzegają jako wzruszające, nieoceniające i przyjazne i z którymi są bardziej zestrojeni.

- **Wskaźnik satysfakcji:** Cyfrowe nastuchiwanie odzwierciedliło nam *letnią* relację wielu katolików z Kościołem w tym czasie. Mniej niż połowa (41%) jest bardzo zadowolona ze swoich relacji z Kościołem katolickim/religią, a 59% jest *nieco, niezbyt* lub *wcale zadowolonych*. Wśród powodów, dla których ludzie odchodzą, głównym powodem są skandale w Kościele związane z pederastią i korupcją. Po drugie, ponieważ Kościół nie odpowiada na ich obawy i priorytety; inni, ponieważ czują się przez niego osądzeni. Istnieje również brak zrozumienia z ludźmi, którzy są jego częścią oraz waga innych religii i ich zwołań. Ponadto 81% uważa, że Kościół musi przeprowadzić odpowiednią aktualizację, a 32% sądzi, że jeśli nie podejmie jej w szybkim tempie, jest mało prawdopodobne, aby w nim pozostali.

Jest niezliczona liczba odległych, zranionych lub wykluczonych osób, które również doceniły to słuchanie.

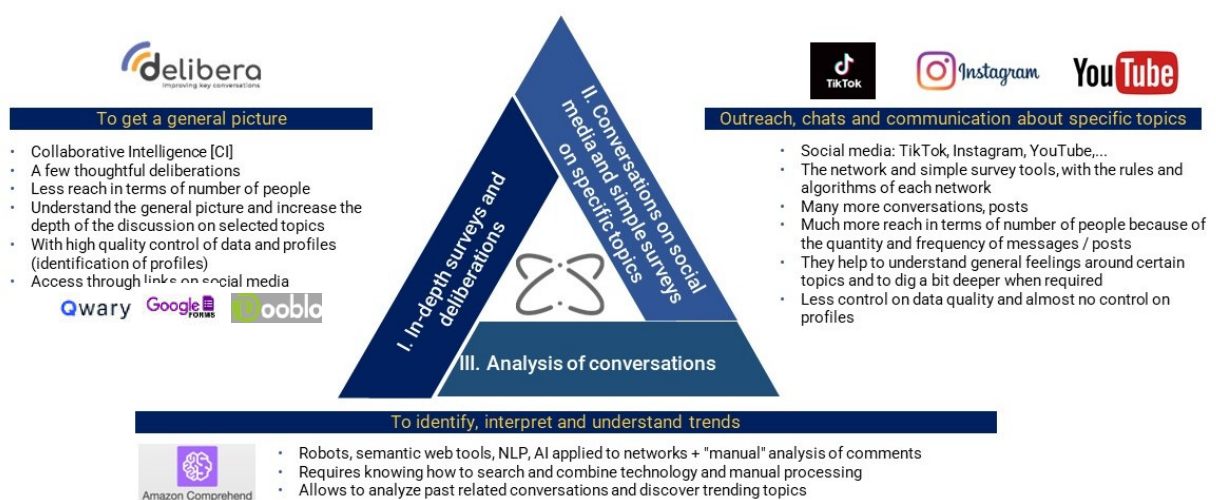
2. Metodologia:

Aby zrealizować projekt, pracowaliśmy z metodologią i elementami, które ułatwiają dwuwymiarową komunikację.

Ponieważ jest asynchroniczny i bez ograniczeń czasowych i przestrzennych, sprzyja wysokiej jakości słuchaniu i dialogowi. Każda osoba może wyrazić to, co chce, bez przerywania i zebrać opinie od influencerów i innych osób. Ogólnie rzecz biorąc, sprawdzono, że robią więcej niż tylko czytają; rozwijają również pomysły i komentują.

Ponadto sieć umożliwia dystrybucję treści audiowizualnych/multimedialnych o dużej sile oddziaływania, łącząc przekaz racjonalny z emocjonalnym, wzmacniając siłę i zasięg przekazu. Nie chodzi tylko o dotarcie, ale także o sposób dotarcia.

Metodologia została podsumowana w poniższej tabeli:



- a. **Szczegółowe pytania kwestionariuszowe:** 2 wersje: 35 i 18 pytań w zależności od społeczności i stosowanego systemu.
- b. **Działania i konkretne pytania od cyfrowych influencerów/ewangelizatorów w ich sieciach:** szczegółowe pytania z wieloma komentarzami i niektóre z wolnym tekstem.
- c. **Analiza konwersacji:** od cyfrowych influencerów/ewangelizatorów pobierane są posty wyselekcjonowane pod kątem wpływu i tematów przewodnich Synodu.

3. Analiza słuchowa

Łącząc trzy cytowane powyżej źródła, wyłoniło się **5 przekrojowych ustaleń** i **4 osie**, w których wzywa się do *odnowy* Kościoła, każda o innej wadze.

a. Wyniki badań przekrojowych

W zgodzie z papieżem: ogólnie rzecz biorąc, 67% katolickich mieszkańców "cyfrowego kontynentu", z którymi przeprowadzono konsultacje, chce zmian takich jak te zaproponowane przez papieża; 24% jest neutralnych wobec propozycji papieża, a 9% jest rozbieżnych lub otwarcie przeciwnych, zgodnie ze zdecydowanym powrotem do tradycji przedsoborowej.

Z dala od Kościoła: Wśród różnych typów ludzi wyobcowanych, głównym problemem jest 26% niepraktykujących wierzących, wielu z nich dlatego, że zostali osądzeni i nie przyjęci przez Kościół, 2,5 razy liczniej niż agnostycy i ateści.

Doświadczenie Boga: 84% konsultowanych osób, które śledzą katolików w sieciach społecznościowych, wyraża osobiste spotkanie z Bogiem.

Odniesienie kościelne: Dla 2/3 ludzi relacja z Kościołem jest nawiązywana poprzez wierzących przyjaciół, a nie przez księży.

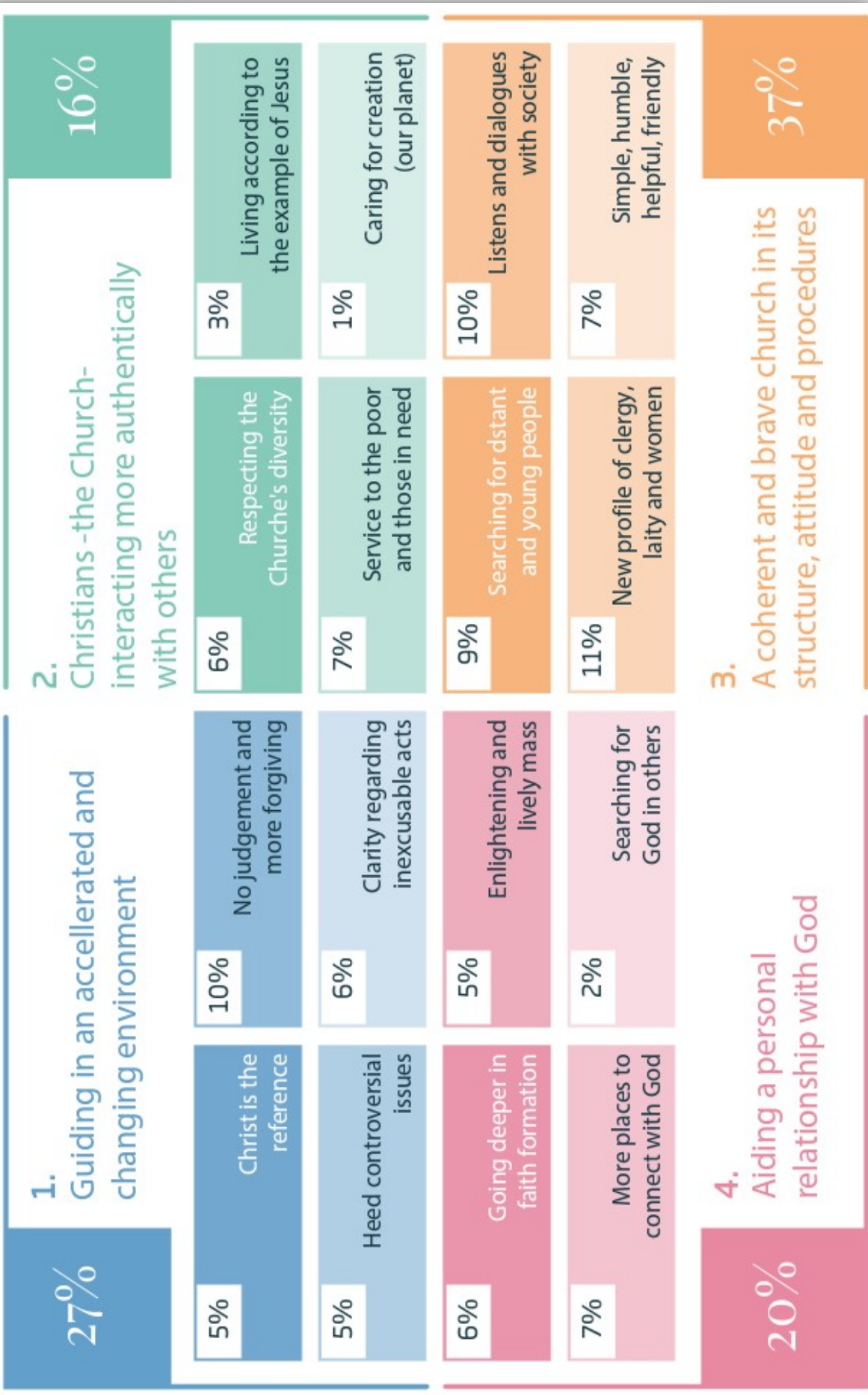
Sprzeczne interpretacje: debaty na temat korzystania z seksualności (separacja/rozwód, ponowny ślub, pociąg do osób tej samej płci itp.) generują intensywne konflikty między katolikami o różnych interpretacjach.

b. Osie, w których wymagana jest odnowa Kościoła

Ze 150 000 propozycji Ludu Bożego wyłaniają się cztery osie tematyczne, wyrażone w formie prośby, ponieważ tak wyrażali je uczestnicy, i które powtarzały się w różnych proporcjach. Każdy procent wyraża stopień przyczepności - procent osób, które o tym wspomniały - w każdej z osi.

Ta "mozaika" jest bardzo wymowna, a w niej umieszczone są wypowiedzi Ludu Bożego, którymi komentowali lub odpowiadali na otwarte pytanie o to, co zaproponowaliby Kościołowi, aby był bliżej wszystkich. Wyrażają one w poruszający sposób, ze względu na ich szczerość i głębię, tęsknotę za Kościołem świętym i gościnnym, przejrzystym dla Jezusa Chrystusa, który nie potępia ani nie kieruje się pozorami, jasno oferując nowość Ewangelii.

Poniższa tabela, po której następuje wyjaśnienie każdego kwadrantu, przedstawia i syntetyzuje to, co zostało zebrane w propozycjach *odnowy* Kościoła.



i. Orientacja w obliczu zagmatwanej i szybko zmieniającej się rzeczywistości (27%)

Lud Boży prosi o przewodnictwo w obliczu tak przyspieszonych zmian. Wielu ludzi jest zdezorientowanych. Wskazują oni jednak przede wszystkim na Chrystusa jako wzór i fundament Kościoła. Postać papieża jest postrzegana jako wielki punkt odniesienia.

Ciągle powtarzana jest prośba o nieosądzanie, zwłaszcza osób w nieuregulowanych sytuacjach partnerskich lub z powodu ich orientacji seksualnej, broniąc godności każdej osoby, tak jak czynił to Jezus. Proszą, aby uczestniczyć w ważnych kontrowersjach w społeczeństwie, ze zdolnością do dialogu i niesienia prawdy Chrystusa.

Proszą o mówienie i działanie z jasnością w obliczu tego, co wydaje się nieuzasadnione, takie jak pedofilia, wykorzystywanie seksualne, pogarda dla kobiet, korupcja itp.

ii. Chrześcijanie - którzy są Kościołem - bardziej autentyczni w swoim zachowaniu wobec innych (16%)

Ważna jest również prośba o uczciwość. Wyrażono wartość świadectwa, służby ubogim i potrzebującym, która jest istotnym punktem naśladowców Chrystusa. *Solidarność* była cechą najczęściej wskazywaną przez wszystkich uczestników, jako cecha wyróżniająca Kościół. Pożądany jest również szacunek dla różnorodności kościelnej, ponieważ istnieją różne sposoby podążania za Jezusem, bez zajadłości i prób narzucania własnego stylu. Oznacza to życie według przykładu Jezusa we wszystkim. Troska o planetę jest odniesieniem najmłodszego z uczestników.

iii. Zintegrowany i odważny Kościół w swoich strukturach, postawach i sposobie postępowania (37%) Pożądany jest nowy profil i postawa księży i biskupów, bliższa i bardziej otwarta na uczestnictwo, a to również przyspieszyłoby misję świeckich, zwłaszcza kobiet w Kościele.

Kościół.

Wymagane jest słuchanie i dialog ze społeczeństwem bez uprzedzeń oraz wychodzenie na spotkania z różnymi grupami.

Jest proszony o poszukiwanie młodych i odległych, z odpowiednimi dla nich mediami, zwłaszcza mediami cyfrowymi.

Potrzebujemy Kościoła, który jest bliski, prosty, pokorny i nie podlega władzy tego świata.

iv. Ułatwianie osobistej i wspólnotowej relacji z Bogiem (20%)

Dużą wagę przywiązuje się do chwil duchowości i przestrzeni na spotkanie z Bogiem, które należy pomnażać.

Czują się mniej uformowani niż inne Kościoły. Istnieje pilna potrzeba formacji wiary, wykorzystując również technologię cyfrową i integrując influencerów / cyfrowych ewangelizatorów jako cenny i przyszły kanał formacyjny.

Prosimy o Msze, które oświecają i towarzyszą życiu. Uczestnicy regularnie uczęszczają na msze z własnego wyboru, a nie z obowiązku, ale wielu z nich uważa, że msze są nudne.

Istnieje pragnienie, aby nauczyć się odnajdywać Boga w innych i dążyć do tego, aby to spotkanie było prawdziwsze i szersze.

4. Refleksja na temat "słuchania"

W procesie wychodzenia i słuchania cyfrowego świata zebrano głosy tak wielu mężczyzn i kobiet, którzy "zamieszkują" to środowisko. Słuchanie ustąpiło miejsca dialogowi, a dialog doprowadził do wspólnoty i *rozeznania* duszpasterskiego.

W procesie "Kościół cię słucha" wykryliśmy w uczestnikach pragnienie Boga i komunii, które zmaga się ze znalezieniem słów, miejsc i sytuacji, aby powiedzieć, dać, poprosić, zaoferować. Jest to pytające i pozytywnie zaskakujące: przede wszystkim fakt, że większość potwierdza, że pytania o Boga docierają do serca poprzez przyjaźń.

Wykryto zjawisko, na które należy zwrócić uwagę: Dlaczego setki ludzi w średnim wieku, zdystansowanych, młodych odpowiadają na pytania o ten Kościół i do tego Kościoła, którego już nawet nie biorą pod uwagę? Z konsultacji wynika, że wynika to z przyjaźni z tymi, którzy proponują, z szacunku dla tych, którzy pytają, z empatii wobec papieża Franciszka, ale także z nostalgii za *Bogiem*, za *wspólnotą*, do której można należeć, za *sensem życia*, który znika w społecznej i cyfrowej metamorfozie.

Wiele odpowiedzi, z zainteresowaniem i pasją, głęboko kwestionuje; jest też wiele krytyki i cierpienia. Indywidualne doświadczenia dają wgląd w uogólnione odczucia, które są raczej negatywne. Uważa się, że osobiste doświadczenia są często pod wpływem zdrowego rozsądku, który jest trudny dla Kościoła.

Cyfrowy świat zachęca do wyrażania siebie i zbliżył "odległych" ludzi, którzy czuli się chronieni przez anonimowość, nie ograniczeni, swobodniejsi w wypowiedzaniu się; ale także zachęcił "bliskich" ludzi do odwagi. Internet umożliwił dotarcie do tak wielu zakamarków życia Ludu Bożego, który czuje się zagubiony.

Jednak przestrzeń cyfrowa, jako kultura, jako miejsce spotkań, jako środek dialogu, jako sposób edukacji i informowania, okazała się cenna w tym procesie słuchania i konsultacji. Nie ma wątpliwości, że jest to tylko część całości, ale ważna *dla* ewangelizacji.

a. Wiara Ludu Bożego w cyfrowym świecie.

Jak wspomniano powyżej, większość osób, z którymi przeprowadzono konsultacje, doświadczyła osobistego spotkania z Bogiem. Ale w tym względzie jest ważny fakt, który zwrócił naszą uwagę: niektórzy z tych, którzy określają się jako "niewierzący", nawet jeśli stanowią mniejszość, twierdzą, że mieli takie doświadczenie Boga. Tylko niewielka część twierdzi, że nie miała takiego doświadczenia.

Istnieje wysoki poziom afirmacji wiary w podstawy wiary katolickiej, podczas gdy w mniejszości przeważają wątpliwości, to znaczy "wierzę, ale nie do końca". Postawa ta wyróżnia się silniej wśród najmłodszych (milenialsów).

Jezus Chrystus jako fundament i inspiracja, która ukierunkowuje życie każdego chrześcijanina, odzwierciedla się zasadniczo w byciu *bardziej wspierającym* i w determinacji, by *stawić czoła problemom i niesprawiedliwości życia*. Jest to bardziej widoczne u osób starszych (Baby Boomers) i kobiet. Ponadto, prawie na tym samym poziomie, osoby te twierdzą, że przesłanie Jezusa Chrystusa inspiruje *ich decyzje i ogólne podejście do życia*.

b. Uczestnictwo w Kościele katolickim

Dwie trzecie uczestników to osoby o średnim i niskim poziomie uczestnictwa. Oznacza to, że konsultacjom udało się dotrzeć do osób, które zazwyczaj nie uczestniczą w zajęciach kościelnych. Pozostała jedna trzecia konsultowanych potwierdziła, że ich uczestnictwo w Kościele jest *wysokie* lub *bardzo wysokie*.

Jeśli chodzi o sposób uczestnictwa, dominuje uczestnictwo *bezpośrednie*, chociaż modalność *cyfrowa* ma znaczną penetrację, a uczestnictwo mieszane zyskuje na popularności. Wśród form uczestnictwa znajdują się: regularne lub sporadyczne uczestnictwo we Mszy Świętej, uczestnictwo w sakramentach i modlitwie; uczestnictwo w zajęciach, grupach, ruchach, zgromadzeniach, rekolekcjach, wolontariacie itp. Wielu czuje się częścią Kościoła, nie uczestnicząc w żadnej działalności, a inni, którzy uczestniczą we wspomnianych działaniach, często odwiedzają sieci społecznościowe i / lub strony internetowe związane z Kościołem.

Analiza danych nasuwa następujące pytania: Co robią ludzie, którzy nie są aktywni w Kościele, którzy są zdystansowani lub bez wiary, śledząc influencerów-ewangelizatorów na portalach społecznościowych?

sieci? Czy chodzi o to, że znajdują przestrzenie i czasy, w których mogą wyrazić siebie, rozmówców, aby rozwiać wątpliwości? Czy szukają potwierdzenia swoich intuicji, aby zbliżyć się do Boga, którego mogą pragnąć w niejasny sposób? To dane popychają nas do zadawania pytań.

Należało wybrać trzy z ośmiu atrybutów Kościoła, z których cztery są pozytywne (*wspierający, uczestniczący, bliski i innowacyjny*), a cztery negatywne (*stary, odległy, samolubny i autorytarny*). Większość wzmianek jest *pozytywna*, a im niższy poziom formalnego wykształcenia, tym większa siła pozytywnych wzmianek. W ujęciu szczegółowym, jakość *solidarności* wyróżnia się - w pewnej odległości od reszty - a za nią pod względem ważności znajdują się dwie inne cechy: *partycypacja i bliskość*. Zestaw negatywnych wzmianek (*stary, odległy, samolubny i autorytarny*) sięga połowy konsultowanych, przy czym wyróżniają się młodzi ludzie i niewierzący. Zaobserwowano następującą korelację: im wyższy poziom wykształcenia, tym więcej negatywnych wzmianek.

c. Słuchanie / dialog

Tylko jedna czwarta populacji uznaje, że Kościół "dużo *słucha/dialoguje*" z różnymi grupami społecznymi. "Trochę", wraz z "trochę", to najwyższe wartości procentowe, przy czym mniejszość wyraża opinię, że nie *słucha/dialoguje*.

Podobne parametry uzyskano, gdy zapytano *ich*, czy "czują się *słuchani przez ludzi w Kościele, z którymi się kontaktują*". Wśród tych, którzy zdecydowali się potwierdzić, że "dużo *słuchają / rozmawiają*", wyróżniają się kobiety. Ta afirmacja staje się tym silniejsza, im są starsze.

Wśród *niewierzących* wysoki odsetek twierdzi, że Kościół "dużo *słucha i prowadzi dialog*" z wiernymi. Grupa "nie odnoszę się do nikogo w Kościele", choć stanowi mniejszość, jest reprezentowana przez najmłodszych (milenialsów).

Sugerowane działania dla Kościoła, aby więcej *słuchać/dialogować* są następujące:

- *Podnoszenie świadomości w Kościele na temat znaczenia słuchania*
- *Księża i zakonnicy poświęcają więcej czasu na słuchanie*
- Jedna czwarta populacji sugeruje *poświęcenie większej liczby kanałów (sieci itp.) i osób na słuchanie*.

W analizie konkretnego faktu "bycia konsultowanym przez przedstawiciela Kościoła w ciągu ostatniego roku", nieco ponad połowa twierdzi, że nie była konsultowana przez nikogo w Kościele. Po raz kolejny najmłodszy (milenialsi) wyróżniają się w większości. Osoby starsze twierdzą, że konsultowano się z nimi, podczas gdy osoby w średnim wieku (pokolenie X) są równo podzielone między tych, z którymi się konsultowano i tych, z którymi się nie konsultowano.

Powody, które najbardziej utrudniają komunikację z Kościołem, są zróżnicowane i z pewnością odpowiadają heterogeniczności populacji. Ważne jest, aby podkreślić, że tylko 1/3 ankietowanych potwierdza, że nie ma trudności w komunikowaniu się z Kościołem.

d. Jak chodzić razem

W konsultacjach przedstawiono im trzynaście sugestii, z których mogli wybrać trzy, które przedstawiono tutaj pogrupowane według grup ważności:

- *Zachęcanie do duchowości*: cisza, kontemplacja
- *Towarzyszyć, pomagać, towarzyszyć*: parom, rodzinom, osobom w separacji/rozwódzonym, w ich życiu i seksualności; pomagać ubogim, migrantom, grupom LGTB, oryginalnym grupom etnicznym, więźniom itp.
- *Odnowić-wyjść-uczestniczyć*: zaktualizować swój sposób edukacji na wszystkich poziomach. Promowanie wolontariatu i działań z młodzieżą, równości kobiet w społeczeństwie i Kościele oraz większe uczestnictwo w świecie cyfrowym. Spotkania z dziennikarzami i naukowcami.

CZĘŚĆ III: WNIOSKI

CYFROWA DZIAŁALNOŚĆ PASTORALNA: ścieżka komunii, uczestnictwa i misji w środowisku cyfrowym.

W procesie słuchania i rozeznawania istnieje wielka potrzeba, przekrojowa i obecna na różne sposoby w każdym, zarówno w cyfrowych misjonarzach, jak iw ich społecznościach, potrzeba towarzyszenia jest namacalnie obecna.

Aby odpowiedzieć na tę potrzebę, proponuje się, aby Kościół prowadził organiczną, systematyczną i instytucjonalną CYFROWĄ DZIAŁALNOŚĆ PASTORALNĄ.

Wymaga to promowania i rozwijania w Kościele uznanej i organicznej działalności duszpasterskiej w celu animowania i koordynowania już istniejącego życia wielorakich działań ewangelizacyjnych w przestrzeni cyfrowej. Rozumiemy, że jak każde duszpasterstwo, wymaga to rozwoju refleksji teologicznej i ram prawnych w prawie kanonicznym.

Jak można to zrobić?

a. Komunia

- Promować komunię z papieżem i z Kościołami lokalnymi, aby komunია kościelna była zawsze widoczna.
- Zwiększenie więzi między cyfrowymi ewangelizatorami poprzez promowanie sieci/komunii, aby mogli być rozpoznawani, towarzyszyć im, pomagać, formować i wspierać.
- Budowanie mostów komunii i współpracy między środowiskiem cyfrowym a zwykłą postugą duszpasterską Kościoła (przestrzenie twarzą w twarz) w służbie ludziom, promowanie wzajemnej wiedzy i uznania.

b. Uczestnictwo

- Promowanie charyzmatycznego działania influencerów w ewangelizacji, w dwukierunkowym dialogu, w celu generowania autentycznego dialogu.
- Generowanie przestrzeni uczestnictwa, w których rzeczywistość twarzą w twarz i rzeczywistość cyfrowa mogą wejść w synergię, aby lepiej ewangelizować współczesną kulturę.

c. Misja

- Powołanie i wysłanie influencerów/ewangelizatorów, tak jak ma to obecnie miejsce w przypadku katechistów, aby mogli być i czuć się częścią Ciała i Misji Kościoła.
- Generowanie i rozwijanie, w środowisku cyfrowym (z wykorzystaniem nowych multimedialnych i interaktywnych formatów i języków), szerokiej, pluralistycznej i kapilarnej misji, aby dotrzeć do "egzystencjalnych peryferii", które potrzebują Dobrego Samarytanina.

Ostatnia refleksja:

Cyfrowe słuchanie pokazuje potrzeby duszpasterskie tego nowego środowiska ludzi i wiary.

Misja w przestrzeni cyfrowej narodziła się od samego początku tej nowej kultury, w sposób naturalny i spontaniczny, z misyjnego zapału ewangelizatorów-influencerów, którzy znajdując nowe środowiska ewangelizacji, z odwagą i kreatywnością wykorzystali swoje charyzmaty, aby przynieść Pana na te nowe horyzonty, dla tego z Apostołów, którym żyje cały Lud Boży: "Nie możemy milczeć o tym, co widzieliśmy i słyszeliśmy".

Rozpoczęli, jak w każdej podróży misyjnej i ewangelizacyjnej, proces słuchania i kontemplacji rzeczywistości ludzi, którzy również spontanicznie zaczęli za nimi podążać, rozpoznając w nich, nawet bez instytucjonalizacji, głos Pasterza, który karmił ich wiarę i pomagał im w życiu. Odpowiadają na potrzeby ludzi w sieciach społecznościowych, we wszystkich modalnościach i kanałach oferowanych przez kulturę cyfrową, pomagając życiu i wierze ludzi na niezliczone sposoby.

Misja w przestrzeni cyfrowej, daleka od sprzeciwiania się uczestnictwu i osobistej obecności, zachęciła do tego, a w wielu przypadkach umożliwiła to. Dzięki pracy tych "cyfrowych misjonarzy" okazało się, że są też tacy, którzy proszą o chrzest, a także ci, którzy wytrwają i pogłębiają swoje życie duchowe i apostołskie, żyjąc jako Kościół również z pomocą tych przestrzeni. Dzieje się tak dlatego, że misja nie jest przeciwstawiana życiu Kościoła, jako alternatywa, ale jest częścią jego życia, w dynamice "docierania" tam, gdzie są ludzie, aby przybliżyć ich do Pana, w czasach Boga i każdego z nich, które są szanowane.

"Misja cyfrowa" jest zatem częścią przepływu "Kościoła wychodzącego", aby dotrzeć do "egzystencjalnych peryferii", nie po to, aby tam pozostać, ale aby przybliżyć je do czułości i miłosierdzia Jezusa.

Najważniejsze elementy misji słuchania w środowiskach cyfrowych

1- **Słuchanie:** Mogliśmy doświadczyć słuchania, w trybie cyfrowym (synchronicznym i asynchronicznym), influencerów i ich zwolenników. Mogliśmy również spojrzeć w przyszłość, w której słuchanie musi być coraz bardziej nawykowe i głębsze w ramach eklezjalności, która rośnie i umacnia się w tej cyfrowej przestrzeni.

2- **Rozeznawanie:** To słuchanie ustąpiło miejsca dialogowi, który doprowadził nas do rozeznania. Rozeznawanie wspólnotowe i duszpasterskie jest związane z poszukiwaniem tego, co podoba się Bogu, a nie z opinią większości. Jest to działanie Ducha Świętego. Wyjście na egzystencjalne peryferie w przestrzeni cyfrowej pozwoliło nam spotkać ludzi, którzy szukają i innych, którzy są dotknięci.

3- **Wyjście na zewnątrz/misja:** W świecie cyfrowym istnieją drogi do duszpasterstwa, które chce iść do wszystkich i docierać do wszystkich. Ta rzeczywistość istnieje w Ludzie Bożym nawet przed formami instytucjonalnymi i jest weryfikowana przez powołanie i pilną potrzebę dotarcia do ostatnich, tych, którzy szukają, tych, którzy potrzebują czułości Boga, tych zapomnianych, o których Bóg nie zapomina.

4- **Bycie Dobrym Samarytaninem 6:** Kościół towarzyszy ludzkości, aby służyć mężczyznom i kobietom, którzy odkrywają rannych na poboczu drogi na Cyfrowym Kontynencie, aby pokazać im i ofiarować im Jezusa, miłosierne oblicze Ojca. Ta społeczność wpływowych i naśladowców była doświadczana w tej fazie jako Kościół Samarytański.

**"Dzisiaj, tak jak na początku,
Musimy wyjść naprzeciw każdej osobie,
ponieważ jest to nasza misja,
zwłaszcza z tymi, którzy są najbardziej oddzieleni i
najbardziej cierpią.**

**Musimy się spotkać
egzystencjalne peryferie naszego
świata.**

**Z codziennego życia wiesz, że
wielu jest samotnych,
że wielu nie zna Jezusa.**

**Idź i zabierz świat ze sobą.
Idź i wypełnij swoje otoczenie, nawet to cyfrowe...**

(...) aby świadczyć o czułości i miłosierdziu Jezusa".

ⁱ Orędzie Jego Świątobliwości Benedykta XVI na XIII Światowy Dzień Łączności, Nowe technologie, nowe relacje. Promowanie kultury szacunku, dialogu i przyjaźni, 24 maja 2009 r.

ⁱⁱ *Evangelii Gaudium*, 24.

ⁱⁱⁱ RIIAL (*Red Informática de la Iglesia en América Latina* - www.riial.org) to projekt stworzony przez Papieską Radę ds. Komunikacji w 1992 r. i koordynowany przez CELAM (Consejo Episcopal Latinoamericano).

^{iv} Asociación iMisión | Evangelizando el Continente Digital, <https://imision.org>

^v Orędzie Jego Świątobliwości Benedykta XVI na XIII Światowy Dzień Łączności, Nowe technologie, nowe relacje. Promowanie kultury szacunku, dialogu i przyjaźni, 24 maja 2009 r.

^{vi} Liczbę tę uzyskuje się, dodając liczbę obserwujących, jaką ma każdy cyfrowy influencer/ewangelizator, biorąc pod uwagę sieć, w której ma najwięcej obserwujących, aby zrozumieć ich potencjalny zasięg.

^{vii} *Evangelii Gaudium*, rozdz. 2.

^{viii} Według włoskiej encyklopedii Treccani, influencer to: *Osoba odnosząca sukcesy, popularna w mediach społecznościowych i ciesząca się dużą popularnością w mediach, zdolna do wpływania na zachowania danej publiczności.*

Termin ten został wybrany ze względu na jego wartość międzykulturową, a zatem jako termin pomostowy odpowiedni dla metody Synodu. "Cyfrowy ewangelizator" uzupełnia swoje znaczenie w horyzoncie ich misji, zarówno pod względem treści, jak i sposobu i celu.

^{ix} Por. Lc. 10, 33 - 35

*Przesłanie wideo Ojca Świętego Franciszka do młodych ludzi uczestniczących w spotkaniu zorganizowanym przez Krajową Katolicką Konferencję Młodzieży (NCYC) w Indianapolis (21-23 listopada 2019 r.), 22.11.2019 r.