

Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II

Wydział Teologii

Instytut Nauk Teologicznych

Ks. mgr lic. Wojciech Suchowierz

Nr albumu 075942

***Social media* jako narzędzie ewangelizacyjne
w diecezji zamojsko-lubaczowskiej**

Rozprawa doktorska napisana

w Instytucie Nauk Teologicznych KUL

pod kierunkiem promotora

dr. hab. Michała Wyrostkiewicza, prof. KUL

Lublin 2022

Spis treści

SPIS TREŚCI	3
WYKAZ SKRÓTÓW	9
WSTĘP	13
ROZDZIAŁ 1. KOŚCIÓŁ I EWANGELIZACJA	23
1.1. KOŚCIÓŁ JAKO WSPÓLNOTA „KU PRAWDZIE”	24
1.1. Kościół jako wspólnota bosko-ludzka	26
1.2. Kościół jako wspólnota ewangelizująca	30
1.3. Kościół jako wspólnota ewangelizowana	37
1.2. OD EWANGELIZACJI DO NOWEJ EWANGELIZACJI	45
1.2.1. Wokół terminu ewangelizacji	46
1.2.2. U źródeł ewangelizacji eklezjalnej	48
1.2.2.1. Jezus – ewangelizator	48
1.2.2.2. Kościół pierwotny	51
1.2.3. Realizacja nakazu ewangelizacyjnego	53
1.2.4. Nowa ewangelizacja – w kierunku redefinicji	56
1.2.5. Potrzeba nowej ewangelizacji	60
1.3. EWANGELIZACJA W ŚWIECIE WSPÓŁCZESNYM – KONTEKSTY NOWEJ EWANGELIZACJI	71
1.3.1. Konteksty społeczno-kulturowe „tu i teraz nowej ewangelizacji”	71
1.3.2. Kontekst medialny – ewangelizacja w „globalnej wiosce”	77
ROZDZIAŁ 2. INFORMACJA I JEJ EKSPLOATOWANIE	81
2.1. ANTROPOLOGIA INFORMACJI	82
2.1.1. Infokomponent	82
2.1.2. Pojęcie i istota informacji	84
2.1.3. Funkcje informacji	86
2.1.3.1. Informacyjna funkcja informacji	87

2.1.3.2.	Informacja – „łagodna siła”	88
2.1.3.3.	Informacja jako czynnik kulturotwórczy	90
2.1.3.4.	Integracyjna funkcja informacji	91
2.1.4.	Zagrożenia dla informacji	93
2.1.5.	Od informacji do mediów	95
2.1.6.	Wspólnototwórcza rola informacji	101
2.1.7.	Spółeczeństwo informacyjne jako wspólnota osób	103
2.1.8.	Internet jako środowisko funkcjonowania społeczeństwa informacyjnego.....	107
2.1.9.	Funkcjonowanie w zmediatyzowanym świecie.....	109
2.2.	MEDIA W ŻYCIU ŚWIATA, CZŁOWIEKA I KOŚCIOŁA	112
2.2.1.	Zarys historii mediów	113
2.2.1.1.	Prasa	113
2.2.1.2.	Kinematografia – film	116
2.2.1.3.	Radio	118
2.2.1.4.	Telewizja	120
2.2.2.	Magisterium Kościoła powszechnego o mediach.....	121
2.2.2.1.	Kościół wobec prasy	124
2.2.2.2.	Kościół wobec kinematografii	125
2.2.2.3.	Kościół wobec radia	126
2.2.2.4.	Kościół wobec telewizji	127
2.2.3.	Kościół w Polsce wobec mediów	128
2.3.	SOCIAL MEDIA JAKO FENOMEN MEDIALNY	130
2.3.1.	<i>Social media</i> jako odpowiedź na potrzebę personalizację treści	130
2.3.2.	<i>Social media</i> – <i>must have</i>	133
2.3.2.1.	Facebook	136
2.3.2.2.	YouTube.....	142
2.3.2.3.	Instagram.....	146
2.3.2.4.	Twitter	148
2.3.2.5.	TikTok.....	153
2.3.3.	Kościół powszechny wobec nowych mediów	156

2.3.4.	Kościół w Polsce wobec nowych mediów.....	165
ROZDZIAŁ 3. SOCIAL MEDIA W UŻYCIU EWANGELIZATORÓW ZAMOJSKO-LUBACZOWSKICH..... 167		
3.1.	OPIS BADAŃ	168
3.1.1.	Cel i przedmiot badań empirycznych	169
3.1.2.	Opis narzędzia badawczego i prowadzenia badań.....	170
3.2.	REZULTATY BADAŃ.....	175
3.2.1.	Ankieta - pytania zamknięte	175
3.2.1.1.	Moduł pierwszy – pytania klasyfikacyjne	175
3.2.1.2.	Moduł drugi – informacje ogólne o sposobie korzystania z SM ..	184
3.2.1.3.	Moduł trzeci – treści odbierane w SM oraz interakcje.....	191
3.2.1.4.	Moduł czwarty – komunikatory.....	198
3.2.1.5.	Moduł piąty – treści nadawane w SM	200
3.2.1.6.	Moduł szósty – sposoby publikowania treści oraz komentarze....	212
3.2.2.	Ankieta - pytania otwarte.....	219
3.2.2.1.	Ewangelizacyjne pomysły respondentów	219
3.2.2.2.	Zagrożenia w ujęciu respondentów	227
3.2.2.3.	Propozycje respondentów – rzeczy nie ujęte w kwestionariuszu.	236
3.2.3.	Wywiad z Biskupem Zamojsko-Lubaczowskim	238
3.3.	ANALIZA MATERIAŁU MEDIALNEGO.....	242
3.3.1.	<i>Social media</i> w praktyce instytucji diecezjalnych	244
3.3.1.1.	Diecezja zamojsko-lubaczowska w SM	247
3.3.1.2.	Zamojska Szkoła Ewangelizacji w SM	252
3.3.1.3.	Caritas w SM	253
3.3.1.4.	Wyższe Seminarium Duchowne w SM	254
3.3.1.5.	Katolickie Radio Zamość w SM.....	257
3.3.1.6.	Niedziela zamojsko-lubaczowska w SM	260
3.3.2.	Ruchy i stowarzyszenia w SM.....	261
3.3.3.	Wybrane osobiste strony kapłanów zamojsko-lubaczowskich.....	263
3.3.3.1.	Konto ks. Piotra Spiry w serwisie Facebook	264
3.3.3.2.	Konto ks. Sławomira Korony w serwisie Facebook.....	265

3.3.3.3. ekatecheta – katecheza interaktywna	267
ROZDZIAŁ 4. KU OPTYMALIZACJI SOCJALMEDIALNYCH DZIAŁAŃ EWANGELIZACYJNYCH	269
4.1. WNIOSKI I KONKLUZJE.....	269
4.2. DOBRE PRAKTYKI I REKOMENDACJE	277
ZAKOŃCZENIE	283
BIBLIOGRAFIA	287
1. ŹRÓDŁA.....	287
1.1. ŹRÓDŁA EMPIRYCZNE	287
1.1.1. Wywiad i ankiety	287
1.1.2. Materiał medialny	287
1.2. NAUCZANIE KOŚCIOŁA.....	292
1.2.1. Kościół powszechny	292
1.2.1.1. Sobór Watykański II.....	292
1.2.1.2. Nauczanie papieży.....	293
1.2.1.3. Dokumenty Stolicy Apostolskiej	300
1.2.2. Kościół w Polsce.....	301
1.2.3. Kościół zamojsko-lubaczowski	302
2. OPRACOWANIA	303
2.1. Literatura przedmiotu	303
2.2. Literatura pomocnicza	315
SPIS WYKRESÓW, TABEL I GRAFIK.....	323
1. Wykresy.....	323
2. Tabele	326
3. Grafiki.....	326
ANEKS	333
1. PISMO BISKUPA ZAMOJSKO-LUBACZOWSKIEGO.....	333

2. PISMO PRZEWODNIE KIEROWNIKA PROJEKTU BADAWCZEGO.....	334
3. SŁOWO AUTORA BADAŃ	335
3.1. Do kapłanów	335
3.2. Do katechetów	335
3.3. Do alumnów	336
4. NARZĘDZIE BADAWCZE.....	337
4.1. Ankieta dla księży	337
4.2. Ankieta dla katechetów.....	355
4.3. Ankieta dla alumnów.....	372
5. MATERIAŁ MEDIALNY – TREŚCI PUBLIKOWANE W SM	387

Wykaz skrótów

- AAS – Acta Apostolicae Sedis
- AM – Benedykt XVI, *Adhortacja „Africae munus”*.
- CA – Jan Paweł II – *Encyklika “Centesimus Annus”*.
- ChL – Jan Paweł II, *Adhortacja „Christifideles laici”*.
- ChV – Franciszek, *Adhortacja „Christus vivit”*.
- CT – Jan Paweł II, *Adhortacja „Catechesi tradende”*.
- CV – Benedykt XVI, *Encyklika „Caritas in veritate”*.
- DA – Sobór Watykański II, *Dekret o apostołstwie świeckich „Apostolicam actuositatem”*.
- DB – Sobór Watykański II, *Dekret o pasterskich zadaniach biskupów w Kościele „Christus Dominus”*.
- DCE – Benedykt XVI, *Encyklika „Deus Caritas est”*.
- DM – Sobór Watykański II, *Dekret o misyjnej działalności Kościoła „Ad gentes”*.
- DiM – Pius XII, *Encyklika „Divini illius Magistri”*.
- DOK – Kongregacja ds. Duchowieństwa, *Dyrektorium ogólne o katechizacji*.
- DP – Sobór Watykański II, *Dekret o posłudze i życiu presbiterów „Presbyterorum ordinis”*.
- DSP – Sobór Watykański II, *Dekret o środkach społecznego przekazu „Inter mirifica”*.
- DV – Jan Paweł II. *Encyklika „Dominum et vivificantem”*.

- DWR – Sobór Watykański II, *Deklaracja o wolności religijnej „Dignitatis humanae”*.
- EG – Franciszek, *Adhortacja „Evangelii gaudium”*.
- EiA – Jan Paweł II, *Adhortacja „Ecclesia in America”*.
- EN – Paweł VI, *Adhortacja „Evaneglii nuntiandi”*.
- EtN – Leon XIII, *Encyklika „Etsi nos”*.
- FB – Facebook.
- FR – Jan Paweł II, *Encyklika „Fides et ratio”*.
- IM – Sobór Watykański II, *Dekret o środkach społecznego przekazu „Inter mirifica”*.
- KI – Papieska Rada ds. Środków Społecznego Przekazu, *Kościół a Internet*.
- KK – Sobór Watykański II, *Konsytuacja dogmatyczna o Kościele „Lumen gentium”*.
- KL – Sobór Watykański II, *Konstytucja o liturgii świętej „Sacrosantum Concilium”*.
- KO – Sobór Watykański II, *Konsytuacja dogmatyczna o objawieniu Bożym „Dei Verbum”*.
- KRZ – Katolickie Radio Zamość.
- LKK – Kongregacja Nauki Wiary, *List do biskupów Kościoła Katolickiego o niektórych aspektach Kościoła pojętego jako komunia*.
- NMI – Jan Paweł II, *List apostolski „Novo millennio ineunte”*.
- MCC – Pius XII, *Encyklika „Mystici Corporis Christi”*.
- MP – Pius XII, *Encyklika „Miranda prorsus”*.
- MV – Grzegorz XVI, *Encyklika „Mirari vos”*

- NDAE – Kongregacja Nauki wiary, *Nota doktrynalna o niektórych aspektach ewangelizacji*.
- NeN – Pius IX, *Encyklika „Nostis et nobiscum”*.
- NEWC – Synod Biskupów, XIII Zwyczajne zgromadzenie ogólne synodu biskupów, *Nowa ewangelizacja dla przekazów wiary chrześcijańskiej, Instrumentum Laboris*.
- NEWClim – Synod Biskupów. XIII Zwyczajne zgromadzenie ogólne synodu biskupów, *Nowa ewangelizacja dla przekazów wiary chrześcijańskiej. Lineamenta*.
- NZL – *Niedziela zamojsko-lubaczowska*.
- OL – Jan Paweł II, *List apostolski „Orientale lumen”*.
- PDV – Jan Paweł II. *Adhortacja „Pastores dabo vobis”*.
- PP – Paweł VI. *Encyklika „Populorum Progressio”*.
- RH – Jan Paweł II. *Encyklika „Redemptor hominis”*.
- RM – Jan Paweł II *Encyklika "Redemptoris missio"*.
- RS – Jan Paweł II, *List apostolski „Il rapido sviluppo”*.
- SBZK – Synod Biskupów, XII Zwyczajne zgromadzenie ogólne synodu biskupów, *Słowo Boże w życiu i misji Kościoła, Instrumentum Laboris*,
- SM – *social media*
- SS – Benedykt XVI, *Encyklika “Spe salvi”*.
- SW II – Sobór Watykański II, *Konstytucje, Dekrety, Deklaracje, Poznań 2002*.
- UeS – Benedykt XVI, *List Apostolski „Ubicumque et semper”*.
- VC – Pius XI, *Encyklika „Vigilanti cura”*.
- VD – Benedykt XVI, *Adhortacja „Verbum Domini”*.

VS – Jan Paweł II, *Encyklika “Veritatis splendor”*.

WSD – Wyższe Seminarium Duchowne

YT – YouTube.

ZSE – Zamojska Szkoła Ewangelizacji

Wstęp

Chrystus, jedyny Zbawiciel świata oraz Pośrednik między Bogiem i ludźmi, przed zakończeniem ziemskiej działalności, czyli przed odejściem do Domu Ojca, ustanowił apostołów, którym przekazał misję zgromadzenia wierzących w Niego i prowadzenia ich do spotkania z Nim, czyli ewangelizowania wszystkich narodów (1Tm 2,3-7). Oni wypełniając Testament swojego Boskiego Mistrza podjęli się tego zadania ewangelizacyjnego, dzięki któremu rozwinął się Kościół Chrystusowy. Nie ma więc wątpliwości, że Kościoła to przede wszystkim dzieło Jezusa Chrystusa. Wyraźnie mówi o tym papież Pius XII zauważając, że Kościół zaczął być budowany przez Chrystusa w czasie Jego publicznego nauczania. Budowa ta została dokończona przez Jego śmierć na krzyżu, zaś ogłoszony i przedstawiony światu został przez zesłanie Ducha Świętego w dzień Pięćdziesiątnicy. Decydującym momentem dla powstania Kościoła była zbawcza śmierć Chrystusa, gdyż przez nią wprowadził On Nowe Przymierze, w miejsce starego; wypełnił swoją misję jako Głowy Kościoła: nabył sobie lud za cenę przelanej krwi; wysłużył dary Ducha Świętego i nadał skuteczność jego posłannictwu¹.

¹ MCC, 20-47.

Ten posłany do człowieka i świata Kościół to zawsze ten sam, który powołał i posłał Chrystus – zawsze jeden², święty³, powszechny⁴ i apostołski⁵. Jest tak nawet wówczas, kiedy jest ograniczony geograficznie i administracyjnie, czyli tworzy Kościół partykularny, „którym jest na pierwszym miejscu diecezja (lub eparchia)”⁶, tzn. wspólnota wierzących w Chrystusa pozostających „w jedności wiary i sakramentów z ich biskupem wyświęconym w sukcesji apostołskiej”⁷. Kościół partykularny nie jest jedną z wielu składowych Kościoła powszechnego, ale jego przejawem; Kościół powszechny urzeczywistnia się w Kościele partykularnym ze wszystkimi swoimi przymiotami – z całą swoją tożsamością. Uczy o tym Sobór Watykański II stwierdzając, że: „Kościół Chrystusowy jest prawdziwie obecny we wszystkich prawowitych miejscowych zrzeszeniach wiernych, które trwając przy swoich pasterzach same również nazywane są Kościołami w Nowym Testamencie. W nich głoszenie Ewangelii Chrystusowej zgromadza wiernych i w nich sprawowana jest tajemnica Wieczery Pańskiej [...]. W tych wspólnotach, choć nieraz są one szczupłe i ubogie albo żyją w rozproszeniu, obecny jest Chrystus, którego mocą zgromadza się jeden, święty, katolicki i apostołski Kościół”⁸. Katechizm zaś w sposób syntetyczny konstatuje, iż „Kościół jest powszechny, ponieważ jest w nim obecny Chrystus. Tam, gdzie jest Jezus Chrystus, tam jest Kościół powszechny. Istnieje w nim pełnia Ciała Jezusa Chrystusa zjednoczona z Głową, w wyniku czego Kościół otrzymuje od Niego pełnię środków

² KKK, 813.

³ KKK, 823.

⁴ KKK, 830.

⁵ KKK, 857.

⁶ KKK, 833.

⁷ KKK, 833.

⁸ KK, 13.

zbawienia”⁹. Kościół jest powszechny także dlatego, że został posłany przez Chrystusa do całego rodzaju ludzkiego¹⁰.

Bazując na powyższych tezach dotyczących natury Kościoła i relacji Jego powszechności do partykularności można powiedzieć, że – w kluczowych kwestiach – to, co dotyczy Kościoła partykularnego, dotyczy też Kościoła powszechnego, i odwrotnie. Dlatego niniejsza rozprawa zatytułowana „*Social media* jako narzędzie ewangelizacyjne w diecezji zamojsko-lubaczowskiej”, która z założenia skupia się na działalności ewangelizacyjnej jednej diecezji (co jednoznacznie wyraża tytuł), *de facto* omawia ważne sprawy całego Kościoła; kwestie związane z istotą wspólnoty eklezjalnej. Wnioski wypracowane w ramach badań jawią się jako uniwersalne w skali całej działalności ewangelizacyjnej stanowiącej ważny element całościowo pojętego posłannictwa Kościoła powszechnego. W tym miejscu ujawnia się jeden z walorów pracy, czyli zasygnalizowana już uniwersalność wniosków wynikająca z uniwersalności Kościoła opartej na Jego powszechności i jedności. I chociaż zapisane w dysertacji eksploracje stanowią swoiste studium przypadku, które dotyczy jednej diecezji, to jednak bazując na wiedzy dotyczącej Kościoła oraz informacji i prawdy, może być wykorzystana jako punkt odniesienia lub wzorzec do analiz i oceny medialnych działań ewangelizacyjnych w innych Kościołach partykularnych.

Mając na uwadze fakt, iż – jak wspomiano, a także, o czym informuje tytuł rozprawy – pole badawcze dysertacji jest zawężone do diecezji zamojsko-lubaczowskiej, dlatego poznanie jej specyfiki jest konieczne, aby zrozumieć, które z przedstawionych kwestii i wypracowanych wniosków dotyczą jedynie tego Kościoła partykularnego, a które mają walor uniwersalności. Dlatego w tym miejscu warto przedstawić podstawowe informacje o diecezji zamojsko-lubaczowskiej.

Diecezja zamojsko-lubaczowska powstała na mocy bulli Jana Pawła II *Totus tuus Poloniae populus* ogłoszonej 25 marca 1992 roku. Papież pisze w niej „Oto bowiem niedawno czcigodni Bracia Konferencji Episkopatu Polski, pragnąc w zgodnej jednomyślności zastosować się do życzeń II Powszechnego Soboru Watykańskiego dotyczących właściwszego łączenia okręgów kościelnych, przedłożyli Stolicy

⁹ KKK, 830.

¹⁰ KKK, 831.

Apostolskiej projekt utworzenia w swoim narodzie nowych prowincji kościelnych i diecezji, a także stosowniejszego rozgraniczenia tychże diecezji. [...] My przeto, wysłuchawszy najpierw życzliwej opinii wspomnianego nuncjusza apostolskiego, za radą Sekretariatu Stanu oceniliśmy prośby do nas kierowane jako niezmiernie pożyteczne dla zbawienia dusz i uznaliśmy, że powinny być łaskawie uwzględnione”¹¹. Pierwszy biskup diecezji zamojsko-lubaczowskiej tak wspomina tamte dni: „Oficjalne ogłoszenie wszystkich papieskich decyzji nastąpiło 24 marca 1992 roku w Gnieźnie u grobu św. Wojciecha. W grupie kilkunastu innych biskupów złożyłem tam wyznanie wiary i stosowną przysięgę. Dnia następnego, czyli na Zwiastowanie NMP, 25 marca, już w Warszawie, brałem udział – wraz z arcybiskupami Jerzym Stroba i Józefem Życińskim – w konferencji dla dziennikarzy, która dotyczyła najświeższych decyzji Ojca Świętego w odniesieniu do Kościoła w Polsce. Tego samego dnia dotarłem do Zamościa i o godz. 18.00 wobec przedstawicieli duchowieństwa i wiernych zgromadzonych w Katedrze, przejąłem obowiązki pierwszego Biskupa Zamojsko-Lubaczowskiego”¹².

Jak przypomina ks. Greniuk – pierwszy kanclerz kurii i wikariusz generalny nowej diecezji¹³ – w ramach prac Episkopatu Polski odnośnie do diecezji zamojsko-lubaczowskiej ustalono jej nazwę i siedzibę w Zamościu. Weszła ona w skład metropolii przemyskiej. Została także określona przynależność dekanatów wydzielonych z diecezji lubelskiej i archidiecezji w Lubaczowie¹⁴. Biskupem diecezjalnym nowej diecezji został biskup Jan Śrutwa, dotychczasowy biskup pomocniczy diecezji lubelskiej. Ks. Greniuk wspomina, także, iż „jeszcze w tym samym dniu, w którym ogłoszono bullę w Warszawie, nowo powołany Biskup, wieczorem w Zamościu objął kanonicznie diecezję i odprawił z tej okazji pierwszą Mszę św. w kolegiacie, noszącej odtąd tytuł

¹¹ Jan Paweł II, „Bulla «Totus Tuus Poloniae populus»”, w *Jan Paweł II. Dzieła zebrane*, red. P. Ptasznik i in., t. IV Konstytucje apostolskie Listy Motu Proprio i Bulle Orędzia na Światowe Dni, 2007, 241.

¹² J. Śrutwa, „Dar od świętego Jana Pawła Wielkiego”, *Zamojski Informator Diecezjalny XXVI*, nr 1 (2017): 201.

¹³ F. Greniuk, „Z dziejów pierwszego dziesięciolecia Diecezji zamojsko-lubaczowskiej”, *Zamojski Informator Diecezjalny XXVI*, nr 1 (2017): 107.

¹⁴ Greniuk, 204.

katedry”¹⁵. Ingres biskupa do katedry wyznaczono na Wielkanoc 19 kwietnia 1992. We wspomnieniach ks. Krukowskiego można przeczytać: „Biskup Jan powierzył wszystkie sprawy Świętej Bożej Rodzicielce Maryi, Matce Odkupiciela. Pod jego okiem nowo narodzone dziecię rosło i rozwijało się. Starannie dobrał sobie współpracowników z obydwu diecezji – osoby, które już się sprawdziły”¹⁶. Biskup Śrutwa nawiązując do powstania diecezji zamojsko-lubaczowskiej wskazał na korzyści jakie płynęły z decyzji Jana Pawła II o reorganizacji struktur Kościoła w Polsce. Oprócz wielu ważnych, pośród nich na pierwszym miejscu pojawiła się wizyta Jana Pawła II w Zamościu, biskup podkreślił także fakt powstania Katolickiego Radia Zamość oraz *Niedzieli Zamojsko-Lubaczowskiej*¹⁷.

Obszar diecezji zamojsko-lubaczowskiej da się podzielić na dwa zasadnicze różniące się od siebie regiony, a mianowicie Zamojszczyznę (teren należący wcześniej do diecezji lubelskiej) i część Podkarpacia (tereny wcześniejszej archidiecezji lwowskiej). Oba te regiony różnią się tradycjami i przyzwyczajeniami, także związanymi z życiem religijnym. Jest to uwarunkowane historią tych terenów. Zamojszczyzna należała do zaboru rosyjskiego, zaś część lubaczowska do austriackiego. Po odzyskaniu niepodległości, aż do powstania diecezji zamojsko-lubaczowskiej, tradycje religijne kształtowane były przez przynależność do odrębnych metropolii i diecezji. Od swego powstania diecezja zamojsko-lubaczowska nie stanowiła zwartego monolitu tradycji; nie stanowiła społeczeństwa jednolitego w zakresie tradycji i zwyczajów. Mimo ponad ćwierćwiecza istnienia diecezji, wciąż można mówić o wyraźnym podziale na dwie wspomniane części¹⁸. Wspomniana niejednorodność diecezji nadaje jej wyjątkowy

¹⁵ Greniuk, 205.

¹⁶ H. Krukowski, „Tamte dni”, *Zamojski Informator Diecezjalny* XXVI, nr 1 (2017): 228.

¹⁷ Śrutwa, „Dar od świętego Jana Pawła Wielkiego”, 202.

¹⁸ A. Łuszcz, „Odnowa liturgiczna w diecezji zamojsko-lubaczowskiej. [Rozprawa doktorska w Instytucie Nauk Teologicznych KUL pod kierunkiem promotora dr. hab. Michała Wyrostkiewicza, prof. KUL przy wsparciu promotora pomocniczego ks. dr. Andrzeja Meggera]” ([wydruk komputerowy], Lublin, 2020), 34–35.

charakter, bowiem pomimo upływu czasu nadal dostrzegane są różnice i naleciałości w zakresie praktyk duszpasterskich¹⁹.

Niejednokrotnie już wspomинane posłannictwo Kościoła – które wynika z woli Boskiego Założyciela, a więc należy do natury powołanej przez Niego Instytucji – jest nieustannie realizowane na różne sposoby, w zależności od aktualnych potrzeb i możliwości samego Kościoła oraz „kształtu świata”, w którym On funkcjonuje i do którego musi się w pewnym sensie dostosować, aby mógł w nim spełnić swoją misję. Owo dostosowanie należy właściwie rozumieć. Nie chodzi tu bowiem o „rozmywanie” tożsamości Kościoła w świecie przez upodabnianie się do innych świeckich instytucji, czyli rezygnację z własnych elementów tożsamościowych i sposobów działania, czyli o proste dopasowanie się do świata, które sprawi, że Kościół będzie jednym z jego elementów, ale o wzięcie pod uwagę tego, czym żyje świat i jak funkcjonuje, aby w ten sposób eklezjalne działania były możliwe do przyjęcia przez ludzi, do których są kierowane²⁰. Sednem tego „dostosowanego” do człowieka i świata, a więc metodycznie przeprowadzanego działania, jest – jak już sygnalizowano – tworzenie wspólnoty z Bogiem i z ludźmi oraz prowadzące do osobistego spotkania z Chrystusem głoszenie prawdy o Bogu, człowieku i świecie nauczanie, czyli ewangelizacja²¹. Właśnie wspólnota i prawda jawią się jako dwa filary ewangelizacji. Ta myśl jest jedną z oryginalnych tez dysertacji. Zabieganie więc o *communio personarum* wszystkich wierzących ze sobą oraz z Bogiem, a także o włączenie w ową *communio* tych, którzy jeszcze Boga nie poznali lub znają go na tyle mało, że nie tworzą z Nim i z wierzącymi ścisłej realnej wspólnoty, jak również wspólnoto- i rozwojotwórcza (chodzi tu zarówno o rozwój integralny każdego człowieka, jak i o rozwój społeczny) troska o poznanie prawdy oraz obcowanie z nią oraz korzystanie z niej w codziennych wyborach, co oznacza metodycznie uporządkowane eksploatowanie (czyli pozyskiwanie, przetwarzanie, przechowywanie i przekazywanie) informacji będącej naturalnym nośnikiem prawdy, okazują się fundamentalnymi zadaniami Kościoła, dla którego człowiek jest „podstawową drogą”

¹⁹ Łuszcz, 38–39.

²⁰ S. Dyk, M. Klementowicz, i M. Wyrostkiewicz, *Słowo aktualne: przepowiadanie a kwestie społeczne* (Gorzów Wielkopolski: Wydawnictwo Naukowe Akademii im. Jakuba z Paradyża, 2019).

²¹ A. Szafrąński i F. Zapłata, „Ewangelizacja”, w *Encyklopedia katolicka*, red. R. Łukaszczyk, L. Bieńkowski, i F. Gryglewicz (Towarzystwo Naukowe KUL, 1985).

a troska o jego zbawienie zasadniczym sensem istnienia²². Te tezy, których prawdziwość zostanie wykazana w dysertacji, stanowią punkt wyjścia dla prowadzonych w niej eksploracji.

Przedmiotem podjętych badań jest ewangelizacja realizowana w konkretnych warunkach historyczno-społecznych, a nawet geograficznych. Chodzi tu bowiem o działania ewangelizacyjne prowadzone w partykularnym Kościele zamojsko-lubaczowskim – co już w szczegółach zostało omówione. Jest to więc aktywność posiadająca swoją specyfikę, a jednocześnie osadzona w nurcie działania Kościoła powszechnego i stanowiąca realizację misji zleconej Mu przez Chrystusa w świecie współczesnym, którego Zamojszczyzna i zamieszkujący ją ludzie stanowią integralny element. Problem badawczy można wyrazić następującym pytaniem: W jaki sposób w diecezji zamojsko-lubaczowskiej media społecznościowe są wykorzystywane do działań ewangelizacyjnych? Rozwiązanie tej kwestii jest podstawowym celem rozprawy. Zgodnie z założeniami teologicznopastoralnymi, które wyraża triada *widzieć, oceniać, działać*, odpowiedź na to pytanie pozwoli na sformułowanie wniosków umożliwiających zoptymalizować analizowane działanie.

Źródła dysertacji dzielą się na dwie części. Pierwszą z nich stanowią dane empiryczne pozyskane przez autora. Należą do nich: wywiad z Biskupem Zamojsko-Lubaczowskim, ankiety przeprowadzone wśród osób zajmujących się ewangelizacją w diecezji zamojsko-lubaczowskiej oraz materiał medialny.

Drugą grupę źródeł – co jest typowe dla prac teologicznych – stanowi nauczanie Kościoła. Publikacje zostały uporządkowane tak, że stanowią trzy grupy. Pierwsza to nauczanie Kościoła Powszechnego – dokumenty dotyczące całego świata. Do najważniejszych należy zaliczyć dokumenty Soboru Watykańskiego II, nauczanie papieży, Grzegorza XVI, Piusa IX, Leona XIII, Piusa XI, Piusa XII, Pawła VI, Jana Pawła II, Benedykta XVI i Franciszka, dokumenty Kongregacji ds. Duchowieństwa, Kongregacji Nauki Wiary, Papieskiej Rady ds. Środków Społecznego Przekazu i dokumenty Synodów Biskupów. W tym kontekście warto dopowiedzieć, że w grupie dokumentów papieskich znajdują się też publikacje papieża Benedykta XVI sprzed pontyfikatu. Argumentem do takiego ułożenia jest fakt, iż w wykorzystanych w pracy

²² RH, 14.

publikacjach daje się zauważyć ciągłość myślową z późniejszymi dokumentami papieskimi. Biorąc pod uwagę jednego autora i ową ciągłość myśli, uznano za zasadne wpisanie dzieł papieża sprzed pontyfikatu do źródeł rozprawy. Następną grupą są dokumenty Kościoła w Polsce. Tutaj znalazły się m.in. dokumenty Drugiego Polskiego Synodu Plenarnego i dokumenty Konferencji Episkopatu Polski. W ostatniej zebrane są dokumenty diecezji zamojsko-lubaczowskiej, która zakreśla obszar badawczy dysertacji. Są tu np. dokumenty Pierwszego Synodu Diecezji Zamojsko-Lubaczowskiej.

Do skutecznego prowadzenia analiz niezbędne są opracowania z zakresu nauk teologicznych, nauk o mediach i komunikacji oraz innych nauk społecznych. Obok źródeł stanowią one ważny materiał badawczy. Publikacją, którą w tym miejscu warto wymienić jest *Raport z badań wstępnych zespołu ekspertów Akademii Nowoczesnych Mediów i Komunikacji Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego Jana Pawła II* przygotowany na prośbę Sekretariatu Konferencji Episkopatu Polski. Raport ten stał się inspiracją przy poszukiwaniu rekomendacji zaproponowanych w niniejszej pracy. Do autorów, których należy wymienić z tego powodu, że ich dorobek znacząco wpłynął na badania i treść niniejszej dysertacji należą: Stanisław Dyk, Grzegorz Umiński i Michał Wyrostkiewicz.

W tym miejscu warto nieco dokładniej scharakteryzować źródła empiryczne. Ich dobór jest bowiem nieprzypadkowy. Każdy z pozyskanych materiałów ma konkretny cel. Wywiad z biskupem, który z urzędu jest odpowiedzialny za wszelkie działania ewangelizacyjne, dostarcza wiedzy o założeniach i punkcie widzenia osoby będącej podstawowym koordynatorem tychże działań. Dzięki ankiecie można się dowiedzieć o tym, jak na badane zjawisko patrzą ci, którzy je tworzą lub tworzyć powinni. Analiza rezultatów przeprowadzonego badania sondażowego ma na celu zobrazowanie celowości i efektów podejmowanej działalności ewangelizacyjnej w przestrzeni *social mediów* osób odpowiedzialnych za ewangelizację w diecezji zamojsko-lubaczowskiej. Badanie materiału medialnego pozwala zaś dostrzec efekty tych działań. Mówiąc inaczej, odpowiednie dobranie źródeł umożliwia zapoznanie się z założeniami i wymaganiami władzy diecezjalnej oraz samych ewangelizatorów i zestawienie uzyskanej w ten sposób wiedzy z efektami istniejącymi w mediach społecznościowych. Rezultaty przeprowadzonych poszukiwań mają na celu pomoc w wyciągnięciu wniosków i sformułowanie rekomendacji na przyszłość. W aneksie udostępniona jest ankieta, która stała się głównym narzędziem badań empirycznych stanowiących kluczową część

opisywanego tu projektu naukowego. Wyniki badań empirycznych są w treści rozprawy szczegółowo zaprezentowane, zwizualizowane i zinterpretowane za pomocą licznych wykresów i tabel.

W celu osiągnięcia zamierzonych efektów wykorzystano kilka metod badawczych. Są to: analiza krytyczna i kontekstualna tekstów, analiza porównawcza, wywiad, ankieta, obserwacja, analiza materiału medialnego.

Osiągnięcie wspomnianych wyżej celów badań jest możliwe nie tylko dzięki odpowiedniemu doborowi materiału badawczego i metod, ale też dzięki właściwie ułożonej strukturze rozprawy. Dzięki temu odbiorca otrzymuje odpowiednią wiedzę w odpowiedniej kolejności, a także ma dostęp do tych wszystkich i tylko tych treści, które są potrzebne do osiągnięcia zamierzonych rezultatów. Aby to uzyskać korpus pracy podzielono na cztery rozdziały.

Rozdział pierwszy to swoista „droga” Kościoła od osobistej wiary jego członków do ewangelizacji i nowej ewangelizacji. Przedstawiony tu jest Kościół jako wspólnota bosko-ludzka, która poszukuje prawdy, wspólnota wiary, wspólnota wzrostu człowieka, wspólnota ewangelizująca i ewangelizowana. Wspólnota ta wpatrzona jest nieustannie w swojego Boskiego Mistrza – Jezusa Chrystusa oraz wsłuchana w głos tradycji Kościoła pierwszych wieków. Takie spojrzenie na tę wspólnotę jest konieczne by móc mówić o samej ewangelizacji, apostołstwie, które należy do fundamentalnych zadań Kościoła. Kolejna część rozdziału to próba zdefiniowania pojęć ewangelizacji i nowej ewangelizacji oraz spojrzenie na nie w wielu kontekstach, ze szczególnym uwzględnieniem kontaktu medialnego.

Rozdział drugi to refleksja nad informacją, jej antropologią i drogą do mediów. Poruszone będą więc zagadnienia dotyczące infokomponentu jako elementu naturalnego środowiska człowieka, pojęcia informacji oraz jej funkcji. Eksploatowana przez człowieka informacja jest czynnikiem wspólnototwórczym prowadzącym do rozwoju obserwowanego współcześnie społeczeństwa informacyjnego. Kluczowym czynnikiem tworzenia się społeczeństwa informacyjnego jest powstanie i rozwój mediów o czym traktuje dalsza część rozdziału. Ze względu na charakter pracy szczególną uwagę zwrócono na powstawanie i rozwój mediów społecznościowych. Autor zwrócił uwagę na nauczanie Kościoła o mediach, począwszy od prasy aż do nowych mediów, by pokazać, że stanowią one istotne zagadnienie, na które Kościół zawsze dynamicznie reagował

odkrywając nowe możliwości ewangelizacji i są one obecne w życiu Kościoła. W tym miejscu zostanie także zasygnalizowana obecność diecezji zamojsko-lubaczowskiej w przestrzeni mediów.

W rozdziale trzecim zaprezentowane są wyniki badań empirycznych przeprowadzonych przez autora wśród księży, katechetów i alumnów Wyższego Seminarium Duchownego, wywiad z biskupem zamojsko-lubaczowskim oraz analiza materiału medialnego. Szczegółowe omówienie metody badawczej, opisanie narzędzia ankiety internetowej, która posłużyła do zebrania materiału badawczego, opisanie i zwizualizowanie wyników przeprowadzonej kwerendy to zasadnicze zagadnienia poruszane w tej części pracy.

Wnioski z przeprowadzonych badań i rekomendacje zostaną zaprezentowane w czwartym rozdziale. Jest on nieproporcjonalnie mniejszy od wcześniejszych. Nie jest to przypadkowe, ale wynika z zawartości merytorycznej poszczególnych rozdziałów i jest wynikiem wspomnianego wcześniej odpowiedniego rozłożenia treści. Umieszczenie tych kilkudziesięciu akapitów w którymkolwiek z wcześniejszych rozdziałów, także w trzecim, byłoby zaburzeniem logiki. To bowiem, co zawarto w konkluzjach, odnosi się do każdej z trzech wcześniejszych części – korzysta z każdej z nich.

Jak nietrudno zauważyć, że rozprawa jest interdyscyplinarna zawiera w sobie elementy iście teologiczne. Obok nich zaś są takie, które wpisują się w nurt nauk o mediach i komunikacji społecznej. Narzędziem porządkującym jest tu jednak zawsze teologia.

Niniejsza rozprawa – zgodnie ze swoim tytułem, a więc z założenia – mówi o kontekście, istocie i podejmowaniu ewangelizacji w przestrzeni mediów społecznościowych w diecezji zamojsko-lubaczowskiej. Nie jest więc ogólną refleksją nad działalnością Kościoła powszechnego w zakresie *social mediów*, jednakże może stawać się przykładem i pierwowzorem dla podobnych poszukiwań w innych Kościołach partykularnych.

Rozdział 1. Kościół i ewangelizacja

Fakt, że Kościół jest wspólnotą „ku prawdzie” (poszukującą prawdy, prowadzącą do prawdy i dzielącą się prawdą), wyraża się w dużej mierze w tym, że podejmuje działania ewangelizacyjne. Ewangelizacja bowiem – co zostanie wykazane – jest prowadzeniem do prawdy, a w konsekwencji do Prawdy, którą jest Chrystus.

Ewangelizacja nie jest pojęciem abstrakcyjnym oderwanym od konkretnej rzeczywistości. Jest działaniem realizowanym przez określone osoby i instytucje. Trudno oczywiście mówić o pojęciu ewangelizacji pomijając Kościół jako wspólnotę bosko-ludzką. Nie ma bowiem ewangelizacji bez Kościoła, ale nie ma też Kościoła bez ewangelizacji. Ewangelizacja jest jednym z przymiotów definiujących Kościół²³. Wspólnota ta, założona przez Chrystusa wciąż jest na nowo budowana przez kolejne pokolenia osób wierzących. W tej wspólnocie konkretne osoby wzrastają, rozwijają się, odnajdują swoją relację z Bogiem. To właśnie tej wspólnocie, początkowo nielicznej, Jezus powierzył zadanie głoszenia orędzia Dobrej Nowiny.

Mając na uwadze przedmiot rozprawy, którym jest ewangelizacja poprzez *social media* nietrudno jest dojść do wniosku, że konieczne jest szczegółowe przyjrzenie się

²³ EN, 14.

wspólnocie Kościoła jak i samej ewangelizacji. Te dwa tematy stanowią treść niniejszego rozdziału. Autor wychodząc od pojęcia Kościoła wskazał na „drogę” na jakiej znajdują się członkowie Kościoła jak i cała wspólnota – od osobistego wzrostu w wierze do dzielenia się wiarą, a więc ewangelizowania.

1.1. Kościół jako wspólnota „ku prawdzie”

Kościół jak uczy sobór Watykański II został ustanowiony jako wspólnota wiary, nadziei i miłości tu na ziemi²⁴. Słowo „wspólnota” w tym wypadku nie jest używane jako synonim społeczeństwa²⁵ czy też jakiegokolwiek struktury społecznej²⁶. Mówiąc o Kościele jako wspólnocie należy mówić o rzeczywistości określanej *communio personarum*. W tym pojęciu jak zaznacza Nagórny „odsłania się cała głębia antropologicznego fundamentu dla koncepcji wspólnoty płynącej z jej personalistycznej interpretacji”²⁷. Wspólnota ludzka jest prawdziwą wspólnotą, tylko kiedy jest wspólnotą osób, to znaczy nie zostaje w niej zatarta ani zniszczona podmiotowość każdego z jej członków oraz zostaje w pełni uszanowana ich osobowa godność²⁸. W chrześcijańskiej wizji wspólnoty osób perspektywa etyczna zostaje poszerzona o teologiczną. Perspektywę tę jak pisze Kulowski Moralista „wyznacza odwołanie się do trynitarnego modelu wspólnoty osób oraz do prawdy, że ludzka wspólnota osób może kształtować się

²⁴ Por. KK 8; J. Królikowski, „Wierzę w Kościół święty”, w *Kościół lokalny w Kościele Chrystusa*, red. R. Kantor (Kraków, 2015), 126.

²⁵ Łuszcz, „Odnowa liturgiczna w diecezji zamojsko-lubaczowskiej. [Rozprawa doktorska w Instytucie Nauk Teologicznych KUL pod kierunkiem promotora dr. hab. Michała Wyrostkiewicza, prof. KUL przy wsparciu promotora pomocniczego ks. dr. Andrzeja Meggera]”, 37.

²⁶ E. Sienkiewicz, „Kościół jako «communio personarum» w polskiej teologii uczestnictwa”, *Studia Koszalińsko-Kołobrzeskie*, nr 16 (2011): 115.

²⁷ J. Nagórny, *Posłannictwo chrześcijan w świecie*, t. 1 Świat i wspólnota (Lublin: Redakcja Wydawnictw KUL, 1997), 150.

²⁸ Nagórny, 1 Świat i wspólnota:150.

w pełni tylko wówczas, kiedy oprze się na wspólnocie z Bogiem, a więc także na nadprzyrodzonym obdarowaniu”²⁹.

Jan Paweł II naucza o Kościele: „Kościół jest nową wspólnotą ludzi, ustanowioną przez Chrystusa jako «zwołanie» wszystkich, którzy zostali wezwani, by stanowić część nowego Izraela i żyć życiem Bożym na miarę łask i wymogów Przymierza ustanowionego przez ofiarę Krzyża. Zwołanie oznacza, że do wszystkich i do każdego skierowane zostało wezwanie, które domaga się wiary i współdziałania z celem nowej wspólnoty, ukazany przez Powołującego: «Nie wyście Mnie wybrali, ale Ja was wybrałem i przeznaczyłem was na to, abyście szli i owoc przynosili» (J 15,16). Stąd wypływa właściwy Kościołowi dynamizm, który ma przed sobą niezmiernie pole do działania, jest bowiem wezwaniem do przynależności do tego, który pragnie «wszystko na nowo zjednoczyć w Chrystusie» (Ef 1,10)”³⁰. W wypowiedzi papieża wyraźnie uwypukla się wskazanie, że Kościół jest nie tylko wspólnotą osób, którzy sami próbują zorganizować pewne struktury, sposób funkcjonowania. Kościół prezentuje się tu bardziej jako komunია, która jest odpowiedzią na zaproszenie i wezwanie Boga skierowane do wszystkich ludzi. Papież podkreśla za Soborem Watykańskim II³¹ i mówi: „Bóg powołał do swego ludu całą wspólnotę tych, co z wiarą spoglądają na Jezusa, sprawcę zbawienia i źródło pokoju oraz jedności. Ta «zgromadzona wspólnota» to Kościół ustanowiony, aby „był dla wszystkich razem i dla każdego z osobna widzialnym sakramentem owej zbawczej jedności»”³².

Wyznawcy Chrystusa stanowią komunię osób, której źródłem jest sam Chrystus i Duch Święty. W różnych społecznościach świeckich mogą być znakiem jedności. Im większe jest poczucie jedności w Kościele, im bardziej jego członkowie doświadczają daru jedności, tym bardziej mogą być znakami i sprawcami jedności pomiędzy

²⁹ Nagórny, 1 Świat i wspólnota:150.

³⁰ Jan Paweł II, „Katecheza: Znaczenie słowa Kościół, 20.07.1991.”, w *Jan Paweł II. Dzieła zebrane*, red. P. Ptasznik i in., t. VII Katechezy część 2, 2007, akap. 7.

³¹ KK, 9.

³² Jan Paweł II, „Katecheza: Kościół ludem powszechnym, 13.11.1991.”, w *Jan Paweł II. Dzieła zebrane*, red. P. Ptasznik i in., t. VII Katechezy część 2, 2007, akap. 5.

wszystkimi ludźmi³³. Żyjąc we wspólnocie Kościoła działają w jej ramach i niejako w jej imieniu³⁴. Dzięki identyfikacji ze wspólnotą Kościoła poszczególni chrześcijanie mogą stawać się zaczynem i jak zauważa Nagórny „«dobrym» duchem każdej ludzkiej wspólnoty”³⁵.

1.1. Kościół jako wspólnota bosko-ludzka

Pierwszy Synod Diecezji Zamojsko-Lubaczowskiej za *Katechizmem Kościoła Katolickiego*, mówi o Kościele, że jest to powszechna wspólnota wierzących³⁶. Dalej można przeczytać, że „członkiem Ludu Bożego staje się człowiek nie przez narodzenie fizyczne, ale przez wiarę w Chrystusa i przez chrzest. [...] Udziałem tego Ludu jest godność i wolność synów Bożych, w sercach, których Duch Święty mieszka jak w świątyni. [...] Lud Boży jest powołany, aby być solą ziemi i światłem świata, dlatego stanowi on dla całego rodzaju ludzkiego potężny załączek jedności, nadziei i zbawienia”³⁷. To powołanie jakim obdarzony jest człowiek wybrzmiewa w Ewangelii według św. Jana, gdzie można przeczytać, że Jezus przyszedł zgromadzić tych, którzy byli rozproszeni (J 11,52; Mt 12,30). W nawiązaniu do tych słów Joseph Ratzinger zauważa:

³³ Nagórny, *Posłannictwo chrześcijan w świecie*, 1 Świat i wspólnota:153.

³⁴ M. Wyrostkiewicz, „Posłannictwo chrześcijan świeckich w świecie”, w *Świadek nadziei. Książka prof. Janusz Nagórny twórca i nauczyciel teologii moralnej*, red. A. Derdziuk, 2008, 515.

³⁵ Nagórny, *Posłannictwo chrześcijan w świecie*, 1 Świat i wspólnota:153.

³⁶ „Pierwszy Synod Diecezji Zamojsko-Lubaczowskiej 1996-2001. Część I. Statuty synodalne” (Zamość, 2001), akap. 1.

Przywołane przez Synod określenie Kościoła choć prawdziwe, to jednak wydaje się niepełnym. Brakuje bowiem rozwinięcia tej myśli i wskazania, że wspólnota Kościoła, co zostało przywołane w wielu wypowiedziach Magisterium, ma dwa wymiary: Boga z ludźmi i ludzi między sobą.

³⁷ „Pierwszy Synod Diecezji Zamojsko-Lubaczowskiej 1996-2001. Część I. Statuty synodalne”, akap. 1.

„Dlatego całe Jego [Jezusa] dzieło polega na gromadzeniu nowego ludu”³⁸. Ratzinger mówi dalej „w lud Boży, w świadomość Jezusa, wpisana jest dynamika, dzięki której wszyscy stają się jedno, a jest nią owo zmierzanie ku sobie, przy jednoczesnym zmierzaniu ku Bogu. Poza tym punktem wewnętrznego zgromadzenia nowego ludu jest Chrystus; z drugiej strony zbiorowość, zgromadzenie staje się ludem tylko przez wezwanie Chrystusa i przez odpowiedź na wezwanie, odpowiedź na osobę Chrystusa”³⁹. Jeszcze mocniej podkreślił to Ratzinger w *Liście o niektórych aspektach Kościoła pojętego jako komunია*, gdy wskazał, że komunია jako klucz do interpretacji eklezjologii zawsze zakłada podwójne odniesienie: wertykalne (komunია z Bogiem) i horyzontalne (komunია między ludźmi). To sprawia, że nowy związek pomiędzy Bogiem a człowiekiem rozciąga się na nowy związek ludzi między sobą⁴⁰.

Pisząc o Kościele jako wspólnocie bosko-ludzkiej, w nawiązaniu do słów Jezusa w których określa siebie jako *krzew winny* (J 15, 1-4), Jan Paweł II mówi: „Te proste słowa objawiają nam tajemniczą więź, jaka łączy Pana Jezusa i Jego uczniów, Chrystusa i ochrzczonych. Jest to komunია żywa i ożywiająca, która sprawia, że chrześcijanie nie należą do siebie, ale są własnością Chrystusa, tak jak latorośle, które są wszczepione w winny krzew. [...] Z jedności chrześcijan z Chrystusem wywodzi się jedność między chrześcijanami, wszyscy oni bowiem są pędami jednej Winorośli, czyli samego Chrystusa. Jezus ukazuje tę jedność jako cudowne odbicie i tajemnicze uczestnictwo w miłości, która łączy w jedno Ojca, Syna i Ducha Świętego”⁴¹.

Franciszek podkreśla bosko-ludzki charakter wspólnoty Kościoła, kiedy mówi o ewangelizacji. Wskazuje, że jest ona inicjowana przez Boga, ale ludzie odpowiadający z radością włączają się w tę inicjatywę. Bazując na obrazie umywania nóg przez Jezusa w Wieczerniku, wspomina Jego słowa o tym, że uczniowie mają za zadanie czynić

³⁸ J. Ratzinger, *Kościół. Wspólnota w drodze*, tłum. D. Chodyniecki (Kielce, 2009), 17.

³⁹ Ratzinger, 17.

⁴⁰ J. Ratzinger, „List o niektórych aspektach Kościoła pojętego jako komunია (Communio notio)”, 28 maj 1992, akap. 3, <https://www.ekai.pl/dokumenty/list-o-niektorych-aspektach-kosciola-pojetego-jako-komunia-unionis-notio/>.

⁴¹ ChL, 8.

podobnie: „będziecie błogosławieni, gdy według tego czynić będziecie” (J 13,17)⁴². Wydarzenia z Dnia Pięćdziesiątnicy Franciszek podsumowuje w słowach: „Kościół «wyruszający w drogę» stanowi wspólnotę misyjną uczniów, którzy przejmują inicjatywę, włączają się, towarzyszą, przynoszą owoc i świętują. [...] Wspólnota ewangelizacyjna doświadcza, że to Pan podjął inicjatywę, że On sam nas umiłował (por. 1J 4,10) i dlatego wie, jak kroczyć naprzód i dotrzeć na rozstaje dróg, by zaprosić wykluczonych. Żywi nieprzebrane pragnienie ofiarowania miłosierdzia jako owoc doświadczenia nieskończonego miłosierdzia Ojca i jego dynamicznej, wszystko ogarniającej mocy. [...] W wyniku tego Kościół potrafi «włączyć się»⁴³. Można zatem powiedzieć, że bosko-ludzki charakter Kościoła wyraża się nie tylko w jego przymiotach, ale także zadaniach i powołaniu.

Zarysowany powyżej obraz Ludu Bożego jako wspólnoty bosko-ludzkiej wskazuje, że „Kościół w swej najgłębszej istocie jest tajemnicą, złożoną rzeczywistością porządku nadprzyrodzonego, której nie można poznać tylko naturalnym rozumem, pomijając objawienie i wiarę. Tajemnice Kościoła wyraża się we wspólnocie ludzi zjednoczonych przez wiarę i miłość z Chrystusem”⁴⁴. Kościół jest więc rzeczywistością transcendentną, która wymyka się poznaniu ograniczanemu tylko do możliwości empirycznych. Sama zaś wiara jest nie tylko tym, co łączy ludzi między sobą, ale także ludzi z Bogiem.

Patrząc na Kościół jako wspólnotę osób, powołaną i zjednoczoną przez Chrystusa, nie można pominąć stwierdzenia, że Kościół jest wspólnotą wiary. Benedykt XVI naucza: „wiara Kościoła jest tym, czego Bóg szuka w nas i co daje także odpuszczenie grzechów. Ludzie wierzący tworzą wspólnotę w wierze, wyznają bowiem tę samą wspólną wiarę. Możemy, musimy żyć tą wiarą, każdy na własny niepowtarzalny sposób, ale zawsze ze

⁴² EG, 24.

⁴³ EG, 24.

⁴⁴ A. Kociołek, „Budowanie wspólnoty Kościoła w sytuacji społeczeństwa ponowoczesnego”, *Pedagogia Christiana*, nr 1/21 (2008): 216.

świadomością, że ta wiara nas poprzedza. Musimy też przekazywać tę wspólną wiarę wszystkim innym”⁴⁵.

Kościół stanowi wspólnotę, do której przynależy osoba ludzka. Za Wyrostkiewiczem wskazać należy, że jest to naturalny element środowiska ludzkiego, podobnie jak rodzina, naród, i państwo, czy też społeczność narodowa⁴⁶. Kościół, który posiada wszelkie walory przynależne wspólnocie osób⁴⁷ sprawia, że osoby należące do niego „stają się bardziej ludzkimi”⁴⁸.

Wyrostkiewicz wskazuje na Kościół z punktu widzenia ekologii ludzkiej jako na „niszę ekologiczną” wzrostu człowieka. Dla jaśniejszego zaprezentowania tej myśli warto przywołać nieco dłuższy passus z wypowiedzi tego autora: „Oprócz personalnego traktowania każdego ze swoich członków i uznania miłości jako swojej podstawowej zasady, Kościół spełnia wiele innych ról, które wspomagają rozwój osób należących do niego. Przykładem może tu być choćby posługa dotycząca rozwoju fizycznego. Chodzi tu o wszelkiego rodzaju pomoc materialną, jakiej Kościół udziela potrzebującym. Nie można zapomnieć również o działalności edukacyjnej. O ile wszystkie wskazane wyżej funkcje mogłoby być wypełnione przez każdą dobrze zorganizowaną grupę czy instytucję społeczną, o tyle są takie, które przynależą wyłącznie do działalności Kościoła. Chodzi tu o rolę uświęcającą i zbawiającą”⁴⁹. Jako konkluzję warto przywołać słowa dogmatyka-eklezyjologa, który stwierdza, że „sensem Kościoła jest realizacja odwiecznego zamysłu Boga. Polega on na obdarowaniu człowieka udziałem w Boskim życiu, a udział ten (*participatio*) oznacza dla nas wspólnotę (*communio*) z Bogiem i w konsekwencji

⁴⁵ Benedykt XVI, „Rozważanie Papieża na rozpoczęcie I Kongregacji Generalnej Synodu Biskupów. Współpraca z Bogiem, który jest z nami”, 3 październik 2005, https://opoka.org.pl/biblioteka/W/WP/benedykt_xvi/przemowienia/rozwazanie_bp_03102005.html.

⁴⁶ M. Wyrostkiewicz, *Ekologia ludzka. osoba i jej środowisko z perspektywy teologicznomoralnej* (Lublin: Wydawnictwo KUL, 2007), 162.

⁴⁷ Por. LKK, 3–6.

⁴⁸ Wyrostkiewicz, *Ekologia ludzka. osoba i jej środowisko z perspektywy teologicznomoralnej*, 162.

⁴⁹ Wyrostkiewicz, 162–63.

prawdziwą jedność między ludźmi. Sensem Kościoła jest więc służyć zbawieniu, służyć Bogu i ludziom, ale w takim właśnie znaczeniu: prowadzeniu człowieka do głębszej wspólnoty z Bogiem⁵⁰. Kościół więc stanowi taką rzeczywistość mówi Wyrostkiewicz, „która w sposób najpełniejszy odpowiada naturze ludzkiej i dzięki której ta osoba może niemal bez zakłóceń osiągać coraz bardziej doskonałe stany”⁵¹.

1.2. Kościół jako wspólnota ewangelizująca

Wiara nie jest aktem wyizolowanym i jako otrzymana od innych powinna być dalej przekazywana. Osobista wiara człowieka w Chrystusa, która zrodziła się z dialogu z Nim, jest nierozdzielnie złączona z wiarą całego Kościoła. W tymże właśnie Kościele człowiek wiarę przyjmuje, wiarę wyraża, przeżywa a także daje o niej świadectwo oraz przekazuje ją⁵². Można więc powiedzieć, że Kościół nie istnieje dla siebie samego, lecz dla ludzkości. Istnieje po to, by świat stawał się miejscem obecności Boga, miejscem przymierza Boga z ludźmi⁵³. Skoro w Kościele człowiek wiarę przyjmuje, wyraża, przeżywa i przekazuje ją to stwierdzić należy, że jednym z aspektów posłannictwa tej wspólnoty bosko-ludzkiej jest ewangelizacja, którą w kontekście niniejszej dysertacji można nazwać eksploatacją informacji.

Każda osoba ma prawo usłyszeć Ewangelię Bożą, którą dla człowieka jest Jezus Chrystus⁵⁴. Świetnie tę prawdę rozumiał Paweł Apostoł, dla którego głoszenie Dobrej Nowiny było nie tylko czymś oczywistym, ale stanowiło dla niego nieustanne wezwanie

⁵⁰ A. Czaja, „Gdzie jest Kościół i Jego sens?”, w *W trosce o Kościół [Tydzień eklezjologiczny '99 „Kościół poza Kościołem”]*, red. K. Kowalik, A. Jarząbek, i V. Kmiecik (Lublin, 2001), 17–18.

⁵¹ Wyrostkiewicz, *Ekologia ludzka. osoba i jej środowisko z perspektywy teologicznomoralnej*, 165.

⁵² A. Proniewski, „Problematyka wiary w nauczaniu Benedykta XVI”, *Roczniki Teologii Katolickiej* X (2011): 124.

⁵³ J. Ratzinger, *Pielgrzymująca wspólnota wiary. Kościół jako komunia* (Kraków, 2003), 264.

⁵⁴ Por. NEWC, 33.

i zachętę. Mówił „Biada mi, gdybym nie głosił Ewangelii” (1 Kor 9,16). Skoro każdy człowiek musi móc powiedzieć: „Teraz nie ja żyję, lecz żyje we mnie Chrystus” (Ga 2,20) oczywistym staje się, że musi być ktoś, kto zostanie posłany do głoszenia Ewangelii. Rodzi się więc niejako samoczynnie obowiązek głoszenia całemu światu Chrystusa. Jednakże obowiązek ten należałoby traktować nie jako przymus, nakaz wypływający z jakiejś formy zastraszenia. Obowiązek, o którym mowa, jest raczej włączeniem się w dobrowolną odpowiedź na zaproszenie jakie do Kościoła kieruje Bóg. Znana jest radość z głoszenia dobrej nowiny przez Apostołów⁵⁵. Osobiste doświadczenie Chrystusa i radość wypływająca z tego faktu, stają się naturalnym źródłem, nie tyle obowiązku, co pragnienia opowiedzenia o tym. Słusznie podsumowuje to Paweł VI w słowach: „Ten wreszcie, kto przyjął Ewangelię, z kolei ewangelizuje innych. To jest dowodem prawdy, to jest probierzem ewangelizacji: Bo nie można pojąć, żeby ktoś przyjął słowo i poświęcił się Królestwu, a równocześnie nie stał się jego świadkiem i głosicielem”⁵⁶.

Ewangelia to dar skierowany do każdego człowieka, bez wyjątku⁵⁷. Ewangelizacja jest obdarowaniem tym darem wszystkich. Ten dar zaś, przemienia każdego człowieka, jego świat i jego dzieje. Przypomina o tym Paweł VI: „Kościół rozumie, że ewangelizacja jest tym samym, co zanoszenie Dobrej Nowiny do wszelkich kręgów rodzaju ludzkiego, aby przenikając je swą mocą od wewnątrz, tworzyła z nich nową ludzkość: «Oto czynię wszystko nowe» (Ap 21,5). Wszakże nie powstanie nowa ludzkość, jeśli wpierrw nie powstaną nowi ludzie, odnowieni przez chrzest (Por. Rz 6,4), i przez życie według Ewangelii (Por Ef 4,23-24; Kol 3,9-10). Celem ewangelizacji jest więc owa wewnętrzna przemiana”⁵⁸. Papież wspomina także o przepajaniu Ewangelią kultury człowieka w najszerszym znaczeniu⁵⁹. Znamienne jest użycie tu słowa „przepajanie” wskazujące na całkowite przenikanie, na wskroś, dokonujące diametralnej zmiany. Myśl tę podjął Benedykt XVI nauczając: „jak ważne jest, by światło Chrystusa

⁵⁵ Por. EG, 14.

⁵⁶ EN, 24.

⁵⁷ Por. NEWC, 29.

⁵⁸ EN, 18.

⁵⁹ EN, 20.

oświecało każde środowisko człowieka: rodzinę, szkołę, kulturę, pracę, czas wolny i inne dziedziny życia społecznego. Trzeba głosić nie jakieś słowo pociechy, lecz słowo, które porusza, wzywa do nawrócenia, umożliwia spotkanie z Nim, dzięki któremu rozkwita nowa ludzkość⁶⁰. Kościół głoszący Ewangelię staje się jak mówią ojcowie soborowi „duszą społeczności ludzkiej, która ma być odnowiona w Chrystusie i przekształcona w rodzinę Bożą”⁶¹.

Ojcowie soborowi mówią, że działalność misyjna wypływa z najgłębszej natury Kościoła⁶². Działalność ta, jest także uzasadniona wolą Boga⁶³. Oba aspekty działalności misyjnej dla pewnej jasności i łatwiejszego zrozumienia zostały określone formą obowiązku. Przypomina o nim Sobór w *Konstytucji dogmatycznej o Kościele*, gdzie padają słowa: „Toteż wszyscy uczniowie Chrystusowi [...] wszędzie mają głosić świadectwo o Chrystusie”⁶⁴. Ojcowie soborowi przypominają także, że cały Lud Boży uczestniczy w misji prorockiej Chrystusa, to znaczy, iż wezwany jest do świadczenia żywego świadectwa⁶⁵. Pośród Ludu Bożego Sobór wskazuje jednak na istnienie struktur hierarchicznych, których poszczególnym stopniom przypisany jest obowiązek głoszenia, zależny od możliwości. Na pierwszym miejscu wskazani są pasterze, do których należy troska o głoszenie Ewangelii. W tym głoszeniu obowiązani są oni współpracować ze sobą i z Następcą Piotra, któremu w sposób szczególny zostało powierzono zadanie szerzenia chrześcijaństwa⁶⁶. W kolejnych punktach Sobór dobitnie podkreśla, że wśród głównych obowiązków biskupów szczególne miejsce zajmuje głoszenie Ewangelii⁶⁷. Jan Paweł II wyraźnie zaznacza: „Bracia Biskupi są wraz ze mną bezpośrednio odpowiedzialni za

⁶⁰ VD, 93

⁶¹ KDK, 40, por. KK, 38.

⁶² DM, 6.

⁶³ DM, 7.

⁶⁴ KK, 10.

⁶⁵ Por. KK, 12.

⁶⁶ Por. KK, 23.

⁶⁷ KK, 25, por. KK, 24.

ewangelizację świata, zarówno jako członkowie Kolegium Biskupiego, jak też jako Pasterze Kościołów partykularnych”⁶⁸. Niejako rozwijając tę myśl Benedykt XVI podczas czasie spotkania z duchowieństwem w archikatedrze św. Jana w Warszawie przypomniał o obowiązku i jakości głoszenia Słowa Bożego jaki spoczywa na wszystkich kapłanach. Papież naucza: „Wierni oczekują od kapłanów tylko jednego, aby byli specjalistami od spotkania człowieka z Bogiem. Nie wymaga się od księdza, by był ekspertem w sprawach ekonomii, budownictwa czy polityki. Oczekuje się od niego, by był ekspertem w dziedzinie życia duchowego”⁶⁹. Słowa papieża nabierają szczególnego znaczenia w czasach dynamicznego rozwoju technologii informacyjnej otwierającej nowe możliwości przepowiadania. Kapłan nie może się już bowiem ograniczać tylko do mówienia o Jezusie „na ambonie”. Koniecznym jest by posiadał umiejętności posługiwania się dostępnymi technologiami w przekazie wiary.

Obowiązek głoszenia Ewangelii spoczywa także na wiernych świeckich. Zgromadzeni są oni w jednym Ludzie Bożym, którego głową jest Chrystus, i jako żywe członki Kościoła są powołani do tego by ze wszystkich sił przyczyniali się do wzrostu Kościoła. Cytując wprost Sobór można powiedzieć: „Na wszystkich tedy świeckich spoczywa zaszczytny obowiązek przyczyniania się do tego, aby Boży plan zbawienia coraz bardziej rozszerzał się na wszystkich ludzi wszystkich czasów i wszystkich miejsc na ziemi”⁷⁰. Przywołując Jana Pawła II trzeba za nim powiedzieć, „Misje są sprawą całego Ludu Bożego: chociaż bowiem do założenia nowego Kościoła konieczna jest Eucharystia, a zatem posługa kapłańska, to jednak misje, w różnych swoich formach, są zadaniem wszystkich wiernych”⁷¹. Warto w tym miejscu podkreślić chociażby zaangażowanie męża i żony w rodzinie, gdzie czerpiąc ze źródła wiary, umacniają się

⁶⁸ RM, 63.

⁶⁹ Benedykt XVI, „Przemówienie podczas spotkania z duchowieństwem w archikatedrze św. Jana w Warszawie”, 25 maj 2006, https://opoka.org.pl/biblioteka/W/WP/benedykt_xvi/podroze/pl_20060525_2.html.

⁷⁰ KK, 33.

⁷¹ RM, 71.

wzajemnie, by mogli stawać się aktywnymi współpracownikami w dziele rozbudowy Królestwa Bożego⁷².

Ojcowie synodalni Synodu o nowej ewangelizacji dla przekazu wiary chrześcijańskiej⁷³, powiedzą, że źródłem, pra przyczyną, bodźcem ewangelizacji jest miłość Chrystusa dla zbawienia wiecznego ludzi. Ci, którzy prawdziwie głoszą Ewangelię, dają jedynie to, co sami darmo otrzymali⁷⁴. W tym bowiem zawiera się omawiany obowiązek. Wszystko inne, co w jakiś sposób związane jest z przepowiadaniem jest drugorzędne jak o tym mówi Paweł VI: „W przepowiadaniu, jakie Kościół szerzy, jest zapewne dużo elementów drugorzędnych, których przedstawienie zależy od zmiennych warunków rzeczy. One zmieniają się również, ale zawierają się tam istotne zasady, czyli żywotna substancja, która nie może się zmieniać ani zostać pominięta milczeniem bez narażenia samego pojęcia ewangelizacji na poważny uszczerbek”⁷⁵. Dlatego można powiedzieć, że wszelka działalność Kościoła, jak chociażby charytatywna czy opiekuńcza ma mieć nade wszystko charakter ewangelizacyjny⁷⁶. Paweł VI bardzo mocno akcentuje łączność wielopłaszczyznowej działalności Kościoła. Podkreśla konieczność zaangażowania w promocję ludzką. Píše, że pomiędzy nimi „zachodzą wewnętrzne więzy łączności: więzy natury antropologicznej, jako że człowiek ewangelizowany nie jest bytem abstrakcyjnym, ale osobą uwikłaną w sprawy społeczne i gospodarcze; [...] są także więzy natury najbardziej ewangelicznej, mianowicie porządek miłości: bo jak można głosić nowe przykazanie bez popierania razem ze sprawiedliwością i pokojem prawdziwego i braterskiego postępu

⁷² J. Podzielny, „Powołanie i misja rodziny w Kościele i świecie współczesnym. Stanowisko Konferencji Episkopatu Niemiec przed XIV Zwyczajnym Zgromadzeniem Ogólnym Synodu Biskupów. Próba analizy krytycznej.”, w *Matrimonio et familiae. Z problematyki małżeństwa i rodziny*, red. P. Landwójtowicz, 2016, 203.

⁷³ W niniejszej pracy Synod o nowej ewangelizacji dla przekazu wiary chrześcijańskiej jest kluczowym dokumentem Magisterium Kościoła. Dlatego w toku dalszych rozważań mówiąc o ojcach synodalnych autor będzie nawiązywał właśnie do tego dokumentu.

⁷⁴ NEWC, 34.

⁷⁵ EN, 25.

⁷⁶ NEWC, 33.

człowieka?”⁷⁷. Jednocześnie podkreśla papież, że obowiązek ewangelizacji, to nie tylko sprowadzenie działalności Kościoła do granic jakiegoś doczesnego tylko przedsięwzięcia, do programu antropologicznego, itd. Jeśliby rzeczy tak się miały, to Kościół straciłby całe swoje główne znaczenie⁷⁸. W tym duchu Benedykt XVI zauważa, że tam, gdzie jako Kościół „niesiemy ludziom jedynie wiedzę, umiejętności, sprawności techniczne i narzędzie, tam dajemy im za mało”⁷⁹.

Rozwijając te myśli papież Franciszek wskazuje na potrzebę łączenia głoszenia Słowa Bożego z szeroko rozumianą działalnością charytatywną. Papież zwracając się do młodzieży zgromadzonej na placu przed bazyliką Matki Bożej Anielskiej tak mówi: „Zatem Ewangelia, orędzie zbawienia, ma dwa cele ze sobą złączone: pierwszy to wzbudzanie wiary, i to dzieje się dzięki ewangelizacji; drugi — przemienianie świata zgodnie z planem Bożym, a to następuje przez społeczne zaangażowanie chrześcijan. [...] Czy wiecie, co powiedział Franciszek pewnego razu swoim braciom? «Zawsze głoscie Ewangelię, a gdyby okazało się to konieczne, także słowami!». Jak to? Czy można głosić Ewangelię bez słów? Tak! Za pomocą świadectwa! Najpierw jest świadectwo, a potem słowa! Tak, świadectwo!”⁸⁰. Owo społeczne zaangażowanie chrześcijan wspomniane przez papieża jest świadectwem wiary; to zaś świadectwo nadaje autentyczności głoszonemu słowu. Widać więc, że choć kolejni papieże nieco inaczej rozkładają akcenty, to jednak zgodnie mówią o koniecznej i nierozłącznej dwupłaszczyznowości w przekazie Ewangelii. Pokazuje to, że Kościół jako wspólnota jest zawsze nastawiona na promowanie człowieka i jego integralny rozwój. Słusznym wdaje się w tym miejscu wspomnienie profesora Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego, który wskazywał, że posłannictwo chrześcijan w świecie to aktywne włączanie się w to wszystko,

⁷⁷ EN, 31.

⁷⁸ EN, 32.

⁷⁹ Benedykt XVI, „Homilia w czasie Mszy świętej na błoniach Neue Messe, Monachium”, 10 listopad 2006, https://opoka.org.pl/biblioteka/W/WP/benedykt_xvi/homilie/bawaria_neuemesse_10092006.html.

⁸⁰ Franciszek, „Przemówienie podczas spotkania z młodzieżą przed Bazyliką Matki Bożej Anielskiej - wizyta w Asyżu 4.10.2013”, 2013, https://opoka.org.pl/biblioteka/W/WP/franciszek_i/przemowienia/asyz_mlodziez_04102013.html.

co „świat” stanowi. Chodzi więc o to, aby „uczestniczyć w tym wszystkim, co wyznacza prawdziwy postęp świata i rozwój ludzkości”⁸¹.

Dostrzegając możliwość przeakcentowania niektórych działań Kościoła jako wspólnoty ojcowie synodalni wskazują sytuację, które ograniczają wymóg głoszenia Dobrej Nowiny. Wspominają biskupi o tym, iż często we współczesnym świecie próbuje się narzucić narrację, według której wszelkie próby przekonywania innych w sprawach religijnych są ograniczaniem wolności. Zgodnie z takimi sposobami funkcjonowania społeczeństwa, uprawnione byłoby jedynie prezentowanie własnych poglądów połączone z zachętą do pozostania w zgodzie z własnym sumieniem, bez zabiegania o ich nawrócenie do Chrystusa. W takich założeniach sprowadza się misję Kościoła tylko do pomagania ludziom⁸². Przed takim właśnie podejściem ostrzega papież Paweł VI, kiedy wskazuje na dwukierunkowość działalności Kościoła, przy jednoczesnym podkreślanu wyższości przepowiadania Słowa Bożego. W omawianym zagadnieniu jako niewłaściwy przykład przytaczany jest poglądy według którego „nie należy głosić Chrystusa, tym którzy Go nie znają, ani też nakłaniać ich do przystąpienia do Kościoła, ponieważ można rzekomo zostać zbawionym nawet nie znając Chrystusa i nie należąc formalnie do Kościoła”⁸³.

Istnienie tego typów przekonań i idei jeszcze bardziej determinuje do głoszenia Ewangelii. W *Nocie doktrynalnej o niektórych aspektach ewangelizacji* można przeczytać: „Kto zatem sądzi, że w poszukiwaniu prawdy może liczyć wyłącznie na własne siły, i nie dostrzega, że potrzebna mu jest — tak jak wszystkim — pomoc innych, jest w błędzie. [...] Natomiast indywidualizm duchowy izoluje człowieka, nie pozwalając mu otworzyć się z ufnością na innych — a tym samym przyjmować i dawać szczerze te dobra, którymi karmi się jego wolność — i stwarzając zagrożenie także dla prawa do publicznego wyrażania swoich przekonań i opinii. [...] W szczególności do prawdy zdolnej ukazać człowiekowi sens życia i być dla niego drogowskazem można dojść również przez ufne zawierzenie tym, którzy mogą poręczyć pewność

⁸¹ Nagórny, *Posłannictwo chrześcijan w świecie*, 1 Świat i wspólnota:12.

⁸² NEWC, 35.

⁸³ NEWC, 35, NDAE, 3.

i autentyczność tejże prawdy”⁸⁴. Jan Paweł II naucza, że „umiejętność i decyzja zawierzenia samego siebie i własnego życia innej osobie to z pewnością jeden z aktów antropologicznie najbardziej doniosłych i wymownych”⁸⁵. Sobór Watykański II wskazuje: „prawdy zaś należy szukać w sposób odpowiadający godności osoby ludzkiej i jej społecznej naturze, mianowicie przez wolne dociekania, przez nauczanie i wychowanie, wymianę myśli i dialog, przez co jedni drugim przedkładają prawdę, którą znaleźli albo sądzą, że znaleźli, aby pomagać sobie nawzajem w jej zgłębianiu”⁸⁶. Bazując na tych założeniach można stwierdzić, że Kongregacją Nauki Wiary, że „uczciwe pobudzanie rozumu i wolności człowieka do spotkania z Chrystusem i Jego Ewangelią nie jest bezprawną ingerencją w jego sprawy, ale uprawnioną propozycją i przysługą, dzięki której relacje między ludźmi mogą stać się bardziej owocne”⁸⁷. Powołując się także na ojców synodalnych należy dodać, że każdy człowiek oczekuje poznania prawdziwego oblicza Boga. Pełne przyłgnięcie do Jezusa Chrystusa i przystąpienie do Jego Kościoła w żadnym stopniu nie ograniczają, lecz pogłębiają wolność człowieka. Kościół głoszący i przepowiadający Ewangelię, naśladuje działanie samego Boga, który udziela się ludzkości⁸⁸.

1.3. Kościół jako wspólnota ewangelizowana

Kościół, który jako cała wspólnota jest ewangelizatorem wypełniającym nakaz misyjny Jezusa, ową ewangelizację musi rozpoczynać od samego siebie⁸⁹. Paweł VI przypomina, że „Kościół jako głosiciel Ewangelii, zaczyna swe dzieło od

⁸⁴ NDAE, 5.

⁸⁵ FR, 31.

⁸⁶ DWR, 3.

⁸⁷ NDAE, 5.

⁸⁸ NEWC, 36.

⁸⁹ NEWC, 37.

ewangelizowania samego siebie. Jako wspólnota wierzących, jako wspólnota nadziei wyrażanej życiem i dzielonej z innymi oraz wspólnota braterskiej miłości, musi ciągle słuchać tego, w co wierzy, i motywów swej nadziei, i nowego przykazania miłości. Jako Lud Boży, który żyje wśród świata i często jest kuszony przez jego bożki, ustawicznie musi przyjmować wieść o «wielkich sprawach Bożych» (Dz 2, 11; 1 P 2, 9), dzięki którym nawrócił się do Pana, żeby znowu być przezeń wzywany i zgromadzonym w jedno⁹⁰. Ta, można powiedzieć, wewnętrzna ewangelizacja konieczna jest by Kościół zachowywał swą świeżość, żarliwość i zapał w głoszeniu orędzia Dobrej nowiny⁹¹. Również Jan Paweł II w adhortacji *Ecclesia in Europa* zaznacza konieczność nieustannego przepowiadania tym, którzy już uwierzyli, którzy zdecydowali się pójść za Chrystusem. Papież naucza: „Obserwujemy, że nasze wspólnoty kościelne zmagają się ze słabościami, trudnościami, sprzecznościami. Również one potrzebują wsłuchać się na nowo w głos Oblubieńca, który wzywa je do nawrócenia, zachęca do śmiałego podejmowania rzeczy nowych i do zaangażowania w wielkie dzieło «nowej ewangelizacji». Kościół musi stale poddawać się osądowi słowa Chrystusa i przeżywać swój ludzki wymiar w stanie oczyszczania, by coraz pełniej i doskonałej stawać się Oblubienicą bez skazy czy zmarszczki, przystrojoną w bisior lśniący i czysty (por. Ef 5, 27; Ap 19, 7-8)»⁹². Stanisław Dyk⁹³ wspomina o Kościele, który także powinien być podmiotem preewangelizacji⁹⁴. Kościół bowiem jako cała wspólnota musi

⁹⁰ EN, 15.

⁹¹ EN.

⁹² EiE, 23.

⁹³ Autor licznych pozycji naukowych dotyczących nowej ewangelizacji. S. Dyk, „Preewangelizacja «otwarcie drzwi» dla Ewangelii”, *Kieleckie Studia Teologiczne*, nr 2 (2003): 102–11; S. Dyk, „Pierwotna wspólnota wierzących (Dz 2,42-47; 4,32-37; 5,12-16) wzorem Kościoła preewangelizującego”, *Kieleckie Studia Teologiczne*, nr 3 (2004): 173–89; S. Dyk, *Nowa ewangelizacja - konkretne wyzwanie.*, Seria nowej ewangelizacji (Gubin, 2015).

⁹⁴ Preewangelizacja od czasów Soboru Watykańskiego II jest raczej zaniechana. Papież Paweł VI w *Evangeliis nuntiandi* stwierdza, że „Preewangelizacja jest już ewangelizacją” (EN 51). Wszystkie bowiem działania preewangelizacji należą już do zakresu działań ewangelizacji. Por. S. Dyk, „Preewangelizacja «otwarcie drzwi» dla Ewangelii”, *Kieleckie Studia Teologiczne*, nr 2 (2003): 110.

być świadkiem. Ewangelia bowiem, która jest znakiem Bożego działania, nie ma być postrzegana jako coś wyjątkowego, lecz jako rzeczywistość, która zdolna jest oddziaływać na każdego człowieka⁹⁵.

Istnieje jednak niebezpieczeństwo, które faktycznie przypomina o nieustannej potrzebie ewangelizowania Kościoła, o jego nawróceniu i odnowie. Ojcowi synodalni nawiązując do opowiadania ewangelicznego o uczniach zmierzających do Emaus wskazują, że istnieje możliwość katastroficznego poznania Jezusa. Owi uczniowie skupili się na swojej frustracji i utracie nadziei. Ich postawa pokazuje, że w Kościele zawsze istnieje możliwość takiego głoszenia Chrystusa, które nie daje życia, zamyka się natomiast tylko w śmierci zarówno głoszonego Chrystusa, jak i głosicieli oraz adresatów orędzia⁹⁶. Także przykład uczniów, którzy po zmartwychwstaniu wracają do połowu ryb ukazuje podobne doświadczenie. Oddzieleni od Chrystusa, Apostołowie bezowocnie prowadzą swą działalność – nie przynosi życia. Dopiero pojawienie się Zmartwychwstałego zmienia tę postać rzeczy. Obecność Jezusa przywraca im ufność, radość z głoszenia, pozwala owocować działalności ewangelizacyjnej. Tylko ponowne związanie się z Chrystusem umożliwia skuteczną pracę misyjną⁹⁷. Takie niebezpieczeństwo odłączenia się od Mistrza towarzyszy wszystkim pokoleniom głosicieli Dobrej Nowiny. Za każdym razem, gdy powołani do przepowiadania sprzeniewierzają się swojej misji, gdy tracą z oczu Chrystusa, gdy zamykają się na osobistą relację z Nim, ich przepowiadanie staje się bezowocne. Bardzo mocno wybrzmiewa w tym kontekście głos biskupów polskich w liście skierowanym do wiernych *Wrażliwość i odpowiedzialność*. Biskupi piszą: „W ostatnim czasie wspólnota Kościoła w Polsce wstrząsana jest kolejnymi bolesnymi informacjami o wykorzystywaniu seksualnym dzieci i młodzieży przez niektórych duchownych. Przystępstwa te są źródłem głębokiego cierpienia osób pokrzywdzonych. Nie ma słów, aby wyrazić nasz wstyd z powodu skandali seksualnych z udziałem duchownych. Są one powodem wielkiego zgorzsenia i domagają się całkowitego potępienia, a także

⁹⁵ Dyk, 109.

⁹⁶ NEWC, 38.

⁹⁷ NEWC.

wyciągnięcia surowych konsekwencji wobec przestępców oraz wobec osób skrywających takie czyny”⁹⁸. Biskupi nawiązując do listu papieża Benedykta XVI mówią o tych przestępstwach, że „przysłoniły blask Ewangelii takim mrokiem, jakiego nie znały nawet wieki prześladowań”⁹⁹. Pojawiające się niewłaściwe zachowania osób duchownych prowadzące do zgorzenia, skłaniają do stawiania tezy o potrzebie wewnętrznej ewangelizacji Kościoła. W tym kontekście należy przywołać słowa Jezusa: „Czy może niewidomy prowadzić niewidomego? Czy nie wpadną w dół obydwaj?” (Łk 6,39). Istnieje konieczność żywej wiary, by móc się nią dzielić. By zaś wiara ta była prawdziwa wciąż na nowo Kościół musi być ewangelizowany.

Papież Jan Paweł II dostrzegając konieczność wewnętrznej ewangelizacji i odnowy Kościoła mówi zaś o „gasnącej nadziei”¹⁰⁰. Uważa on, że wspólnota Kościoła często wystawiona jest na pokusę gaszenia nadziei. Czasy współczesne nazywa czasami zagubienia, kiedy rzesze ludzi sprawiają wrażenie zagubionych, zdezorientowanych, niepewnych, pozbawionych nadziei¹⁰¹. Papież dostrzega także trudności wewnętrzne wśród Ludu Bożego, o których mówi, że są bardzo bolesne. Tymi trudnościami są brak gorliwości, brak radości i nadziei¹⁰², czy dawne i obecne podziałów chrześcijan¹⁰³. W odpowiedzi na piętrzące się trudności, pojawiające się zgorzenia, ojcowie synodalni przypominają, że głoszenie Ewangelii jest przede wszystkim sprawą duchową. Nie jest to działanie indywidualne, lecz podejmowane przez wspólnotę. Musi stać się ono zapytywaniem się Kościoła o samego siebie. Sprawia to, że problem ten nie

⁹⁸ Konferencja Episkopatu Polski, „Wrażliwość i odpowiedzialność, Słowo biskupów do wiernych, 22.05.2019”, dostęp 24 maj 2019, <https://episkopat.pl/biskupi-do-wiernych-nie-uczynilismy-wszystkiego-aby-zapobiec-krzywdom/>.

⁹⁹ Benedykt XVI, *List pasterski do katolików w Irlandii* (Watykan, 2010), https://www.vatican.va/content/benedict-xvi/pl/letters/2010/documents/hf_ben-xvi_let_20100319_church-ireland.html.

¹⁰⁰ EiE, 7-16.

¹⁰¹ EiE, 7.

¹⁰² RM, 36; EN, 80.

¹⁰³ DM, 6, RM, 36.

zostanie podjęty powierzchownie, lecz będzie autentycznym wyzwaniem dla całego Kościoła. Biskupi pytają wręcz, czy współczesne problemy z ewangelizacją nie są właśnie wynikiem problemów natury kościelnej i duchowej, czy dzisiejsza wspólnota Kościoła rzeczywiście jawi się jako Mistyczne Ciało Chrystusa, czy bardziej jako przedsiębiorstwo¹⁰⁴.

By ewangelizacja mogła zachować swój pierwotny, duchowy charakter, Kościół musi się dać kształtować działaniu Ducha Świętego i upodabniać się do Chrystusa ukrzyżowanego, objawiającemu światu swe oblicze miłości¹⁰⁵. Jan Paweł II naucza: „U szczytu mesjańskiego posłannictwa Jezusa Duch Święty staje się obecny pośrodku tajemnicy paschalnej w pełni swojej Boskiej podmiotowości jako Ten, który sam ma dalej prowadzić zbawcze dzieło, zakorzenione w ofierze Krzyża. Bez wątpienia dzieło to zostaje przez Jezusa zlecone ludziom: Apostołom, Kościołowi. Niemniej — w ludziach i przez ludzi — Duch Święty pozostaje pierwszym i nadrzędnym podmiotem jego urzeczywistniania w duszy człowieka i w dziejach świata”¹⁰⁶. Zaznacza także papież, że to Duch Święty staje się nadrzędnym podmiotem ewangelizacji. Paraklet działa w nauczaniu Apostołów, ale także objawia się Jego działalność w słuchaczach¹⁰⁷. To Duch pobudza wierzących by stali się nie tylko jakąś grupą osób, ale by byli wspólnotą, Kościołem. Jednym z głównych celów przepowiadania jest gromadzenie ludu na słuchanie Ewangelii w braterskiej komunii, na modlitwie i Eucharystii. Papież zaznacza, że przeżywanie „braterskiej komunii” znaczy mieć „jednego ducha i jedno serce” (Dz 4, 32), tworząc wspólnotę pod każdym względem: ludzkim, duchowym i materialnym¹⁰⁸. Pierwotne wspólnoty chrześcijańskie można powiedzieć więc, że promieniowały „radością i prostotą serca” (Dz 2, 46), „zarażały” Ewangelią. Paweł VI przypomina, że „w Kościele za pierwszy środek ewangelizowania należy uważać świadectwo życia prawdziwie chrześcijańskiego, które trwa w nierozłącznej wspólnocie

¹⁰⁴ NEWC, 39.

¹⁰⁵ NEWC, 40.

¹⁰⁶ DV, 42

¹⁰⁷ RM, 21

¹⁰⁸ RM, 26.

z Bogiem, a zarazem w nieograniczonej gorącości ducha poświęcania się dla innych. [...] Kościół jak najbardziej może ewangelizować świat za pomocą swego postępowania i obyczajów, to jest przez świadectwo potwierdzone życiem”¹⁰⁹. Jan Paweł II nawiązując do nauczania swego poprzednika dopowiada, że „Człowiek współczesny bardziej wierzy świadkom, aniżeli nauczycielom, bardziej doświadczeniu, aniżeli doktrynie, bardziej życiu i faktom, aniżeli teoriom. Świadectwo życia chrześcijańskiego jest pierwszą i niezastąpioną formą misji. Chrystus, którego misję przedłużamy w czasie, jest «Świadkiem» w pełnym tego słowa znaczeniu (por. Ap 1,5; 3,14) i wzorem chrześcijańskiego świadectwa. Duch Święty towarzyszy drodze Kościoła i włącza go w świadectwo, które On sam daje Chrystusowi (por. J 15, 26-27)”¹¹⁰. Istotne jest więc samo życie misjonarza, życie rodziny chrześcijańskiej a także wspólnoty Kościoła. One pokazują nowy sposób postępowania. Tylko naśladować Boskiego Mistrza w codzienności można być prawdziwym misjonarzem¹¹¹.

Słusznie więc, zauważa Dyk, że człowiek współczesny potrzebuje już nie tylko o Jezusie słuchać, ale musi Go zobaczyć we wspólnocie Kościoła¹¹². Kościół powinien więc być „odbiciem Trójcy i znakiem, który frapuje i pobudza do wiary (por. J 17, 21)”¹¹³. Niezmiennie aktualnym wzorem dla Kościoła jest wspólnota pierwszych chrześcijan. Między członkami tej pierwotnej wspólnoty panowała głęboka jedność duchowa. Św. Łukasz powie „jeden duch i jedno serce ożywiały wszystkich wierzących” (Dz 4, 32). Zwrot ten w odniesieniu do wspólnoty wierzących oznaczał fundamentalną i intymną jedność wewnętrzną dusz wierzących. Mocą owej jedności był otrzymany w Wieczerniku Duch Święty. Źródłem zaś tej jedności, doskonałej więzi było nieustanne trwanie w „nauce Apostołów i we wspólnocie, łamaniu chleba i w modlitwie”

¹⁰⁹ EN, 41.

¹¹⁰ RM, 42.

¹¹¹ RM, 42.

¹¹² S. Dyk, „Pierwotna wspólnota wierzących (Dz 2,42-47; 4,32-37; 5,12-16) wzorem Kościoła preewangelizującego”, *Kieleckie Studia Teologiczne*, nr 3 (2004): 173.

¹¹³ EiE, 28.

(Dz 2,42)¹¹⁴. Można więc faktycznie stwierdzić, że życie pierwszych chrześcijan skoncentrowane było wokół Chrystusa Zmartwychwstałego i Jego Ewangelii¹¹⁵. Chrystus obecny był w Słowie, w Eucharystii, która koncentrowała Kościół i była jego źródłem życia, wreszcie obecny był w modlitwie ludu¹¹⁶. Zbawiciel był więc tak naprawdę w centrum apostołskiego nauczania. Napełniał wierzących swoim Duchem i jednoczył tak, że mogli nazywać się braćmi, w czasie „łamania chleba” i w modlitwie tę braterską więź pogłębiał¹¹⁷.

Poddanie się ożywiającemu działaniu Ducha Świętego sprawi, że Kościół na nowo będzie odkrywał swoje powołanie jako „*Ecclesia mater* rodząca Bogu dzieci, przekazując wiarę, ucząc miłości, która karmi dzieci. Tym samym będzie wypełniał zadanie głoszenia i dawania świadectwa o tym Objawieniu Boga, gromadząc swój lud rozproszony”¹¹⁸. Dawanie świadectwa rozciąga się także na obecność Kościoła w przestrzeni mediów tych tradycyjnych jak i nowoczesnych – zwłaszcza w *social mediach*. Tutaj właśnie członkowie Kościoła zarówno duchowni jak i świeccy muszą dawać świadectwo swojej wiary, swojej przynależności do Chrystusa. By to było możliwe sami muszą być na nowo ewangelizowani, sami muszą poddawać się ożywiającemu działaniu Ducha Świętego.

Odpowiedzią na wezwanie do wewnętrznej ewangelizacji Kościoła jest teologia nowego człowieka promowana i rozwijana przez ks. Franciszka Blachnickiego, twórcę Ruchu Światło Życie. Uważał on, że proces formacji istniejący w Ruchu nastawiony jest na kształtowanie Nowego Człowieka, czyli człowieka dojrzałego, wewnętrznie zintegrowanego i wyzwolonego, który realizuje siebie poprzez bezinteresowną służbę

¹¹⁴ Por. Dyk, „Pierwotna wspólnota wierzących (DZ 2,42-47; 4,32-37; 5,12-16) wzorem Kościoła preewangelizującego”, 2004, 174–77.

¹¹⁵ Por. Dyk, 177.; H. Holstein, *U początków wspólnoty chrześcijańskiej* (Warszawa, 1981), 14–16.;

¹¹⁶ Por. Dyk, „Pierwotna wspólnota wierzących (DZ 2,42-47; 4,32-37; 5,12-16) wzorem Kościoła preewangelizującego”, 2004, 177–80.

¹¹⁷ Dyk, 182.

¹¹⁸ NEWC, 40.

na wzór Maryi¹¹⁹. W swoim referacie *Ruch Światło-Życie jako pedagogia nowego człowieka* mówił: „Ideal nowego człowieka posiada rysy ponadczasowe, absolutne. Jest to bowiem obraz człowieka odpowiadający myśli Boga – Stwórcy. Obraz ten jest odczytywany w Biblii, zawierającej objawienie myśli Bożej. Jest także w formie czystej, abstrakcyjnej formułowany przez myśl filozoficzno-teologiczną. Jednakże ten obraz człowieka musi być realizowany w konkretnych uwarunkowaniach historycznych. One wyznaczają sposób jego urzeczywistniania w danej epoce”¹²⁰. Nowy człowiek w ujęciu Blachnickiego, to człowiek, któremu została ogłoszona Ewangelia i która go przemieniła. Nie jest już oddzielony od Boga, nie żyje w grzechu, jest zdolny do nawiązywania relacji, nie jest rozbity wewnętrznie i nie jest zamknięty w swoich egoistycznych celach. Jest on człowiekiem wspólnoty, zjednoczony z Bogiem i przez Niego odnowionym przez odkupienie w Chrystusie¹²¹. W tym kontekście Adam Wodarczyk¹²² wspomina formację nowego człowieka, o którym śmiało można powiedzieć, że jest Chrystusowy: „Duch tego czasu był niezwykły. Z jednej strony «ciemna noc» stanu wojennego, a z drugiej strony licząca kilkadziesiąt osób wspólnota młodych ludzi, uczniów szkół średnich i studentów, którzy zafascynowani osobą Chrystusa, pragnęli ewangelizować swoje rodzinne miasto [...]. Owoc dziesięciu lat [...], wydaje się imponujący: kilkadziesiąt rekolekcji ewangelizacyjnych [...]. Owocem tamtego zasiewu były wspólnoty oazowe, które powstały w poszczególnych parafiach miasta i okolicy. Wielkim darem były jednak przede wszystkim tysiące osób, które usłyszały, a później dzieliły się z innymi tym najwspanialszym, ożywiającym wiarę i nadającym kierunek ludzkiemu życiu orędziem: «Bóg ukochał Cię i ma dla Twojego życia wspaniały plan». Owocem posługi jednej

¹¹⁹ Por. F. Blachnicki, *Kerygmaticzna odnowa katechezy. Pisma katechetyczne*, red. M. Marczewski (Warszawa, 2005), 203.

¹²⁰ F. Blachnicki, „Ruch Światło-Życie jako pedagogia nowego człowieka”, dostęp 17 maj 2019, <https://www.oaza.pl/ruch-swiatlo-zycie-jako-pedagogia-nowego-czlowieka/>.

¹²¹ Por. F. Łysek, „Pedagogia Nowego Człowieka jako kategoria edukacyjna i refleksyjna praktyka”, *Rozprawy i artykuły naukowe* 1, nr 61 (2017): 36.

¹²² Od 2001 postulator procesu beatyfikacyjnego Sługi Bożego ks. Franciszka Blachnickiego, moderator generalny Ruchu Światło Życie w latach 2007 – 2015. „Bp Adam Wodarczyk”, Archidiecezja Katowicka, dostęp 7 luty 2022, <https://archidiecezjakatowicka.pl/biskupi/bp-adam-wodarczyk>.

diakoni ewangelizacyjnej [...] była świadomość misyjno-ewangelizacyjna wpojona grupie młodych ludzi. Łączyła się z odpowiedzialnością za głoszenie Dobrej Nowiny ludziom ochrzczonym, którzy nie przeżywają w pogłębiony sposób swej przynależności do Chrystusa i wspólnoty Kościoła. [...] To była wielka zasługa i owoc życia ks. Blachnickiego¹²³. Doświadczenie ruchu oazowego pokazuje wartość wtórnego ewangelizowania osób już ochrzczonych. Stają się one żywymi świadkami Ewangelii i nabierają zdolności i umiejętności do dalszego przekazywania swojej żywej wiary.

Papież Paweł VI naucza „Kościół jest dla ewangelizacji, czyli po to, aby głosił i nauczał słowa Bożego, ażeby przez nie dochodził do nas dar łaski, żeby grzesznicy jednali się z Bogiem, a wreszcie, żeby uobecniał nieustannie ofiarę Chrystusa w odprawianiu Mszy św., która jest pamiątką Jego śmierci i chwalebnego Zmartwychwstania”¹²⁴. Można zatem powiedzieć, że Kościół żyje dzięki ewangelizacji. Owo życie to z jednej strony nieustanne „czynienie uczniów” (Mt 28, 19), z drugiej strony zaś odnawianie i przemienianie tych, którzy już Chrystusa poznali. Ewangelia jako źródło i przyczyna życia w Chrystusie jest zatem darem dla każdego człowieka.

1.2. Od ewangelizacji do nowej ewangelizacji

„Idźcie na cały świat i głoscie Ewangelię wszelkiemu stworzeniu! Kto uwierzy i przyjmie chrzest będzie zbawiony; a kto nie uwierzy będzie potępiony” (Mk 16,15-16). To wezwanie Jezusa skierowane do apostołów stoi u podstaw głoszenia Dobrej Nowiny całemu światu. Było ono realizowane w początkach działalności Kościoła i jest nieustannie aktualne. Dlatego temat ewangelizacji jest nieustannie analizowany. Także w kontekście eksploracji podejmowanych w tej rozprawie jawi się jako istotny. Słuszne jest

¹²³ A. Wodarczyk, „Sługa Boży ks. Franciszek Blachnicki prekursorem Nowej Ewangelizacji w Polsce”, w *Nowa Ewangelizacja wezwaniem dla Kościoła w Polsce*, red. B. Biela (Katowice, 2011), 78.

¹²⁴ EN, 14.

więc zatrzymanie się na definicjach oraz szersze spojrzenie na podejmowanie zadania ewangelizacyjnego, zwłaszcza rozpoznając potrzebę nowej ewangelizacji.

1.2.1. Wokół terminu ewangelizacji

Misję, jaką zlecił Jezus apostołom, nazywamy ewangelizacją¹²⁵. Co prawda Nowy Testament nie stosuje słowa „ewangelizacja”, natomiast spotkać można terminy źródłowe dla ewangelizacji jak „ewangelizować” i „ewangelia”¹²⁶. Papież Paweł VI definiując pojęcie ewangelizacji wspomina, że istnieją takie jej elementy i aspekty, które nieraz uważane są za decydujące zgoła o całej ewangelizacji. Wśród nich wylicza pokazywanie Chrystusa Pana tym, którzy Go nie znają, kaznodziejstwo, katechizację, chrzest i udzielanie innych Sakramentów. Podkreśla jednocześnie, że nie wyczerpują one w pełni definicji. Ta bowiem jest bogatą, wielostronną i dynamiczną rzeczywistością¹²⁷. Stwierdza więc papież: „Kościół rozumie, że ewangelizacja jest tym samym, co zanoszenie Dobrej Nowiny do wszelkich kręgów rodzaju ludzkiego, aby przenikając je swą mocą od wewnątrz, tworzyła z nich nową ludzkość: «Oto czynię wszystko nowe». [...] Celem ewangelizacji jest więc owa wewnętrzna przemiana. [...] można słusznie i prawdziwie powiedzieć, że Kościół wtenczas ewangelizuje, kiedy boską mocą tej Nowiny, jaką głosi, stara się przemienić sumienie poszczególnych ludzi i wszystkich razem, potem także ich działalność, a wreszcie ich życie i całe środowisko, w jakim się obracają”¹²⁸. W tym kontekście papież Jan Paweł II mówi, że: „że ewangelizacja — której

¹²⁵ EN, 14, 18. Benedykt XVI, „Orędzie Ojca Świętego na 45. Światowy Dzień Modlitw o Powołania. 13 kwietnia 2008. «Powołania w służbie Kościoła misyjnego»”, 3 grudnia 2007, akap. 3, 7, https://www.vatican.va/content/benedict-xvi/pl/messages/vocations/documents/hf_ben-xvi_mes_20071203_xlv-vocations.html.

¹²⁶ Por. T. Hergesel, „Ewangelizacja w Biblii”, w *W kręgu Dobrej Nowiny*, red. J. Szłaga (Lublin, 1984), 87. Por. Dyk, *Nowa ewangelizacja - konkretne wyzwanie*.

¹²⁷ EN, 17.

¹²⁸ EN, 18.

celem jest przybliżenie Dobrej Nowiny całej ludzkości, aby nią żyła — stanowi bogatą, złożoną i dynamiczną rzeczywistość utworzoną z elementów lub, jeśli kto woli, z istotnych i zróżnicowanych momentów, które należy koniecznie objąć myślą jako jedną całość”¹²⁹. Odwołując się zaś do nauczania papieża Franciszka można powiedzieć, że ewangelizacja to dzielenie się radością z osobistej relacji z Jezusem. Mówi papież: „Dobro pragnie zawsze się udzielać. Wszelkie autentyczne doświadczenie prawdy i piękna dąży samo z siebie do swej ekspansji, a każda osoba przeżywająca głębokie wyzwolenie zyskuje większą wrażliwość wobec potrzeb innych ludzi. Dzielenie się dobrem sprawia, że ono się umacnia i rozwija. [...] Nie powinny więc nas dziwić niektóre wypowiedzi św. Pawła: «miłość Chrystusa przynagła nas» (2Kor 5,14); «Biada mi [...], gdybym nie głosił Ewangelii!» (1Kor 9,16)”¹³⁰.

Celem ewangelizacji jak to już zostało wspomniane w przywołanej wypowiedzi Pawła VI, jest przemiana. Ta przemiana czyniona jest poprzez głoszenie wiary. Wiara zaś, zgodnie z tym, co przypomina Synod „to nie tylko doktryna, wiedza, zbiór reguł moralnych, tradycja. Wiara chrześcijańska to rzeczywiste spotkanie, relacja z Jezusem Chrystusem”¹³¹. Celem więc głoszenia Dobrej Nowiny jest umożliwienie konkretnemu człowiekowi „spotkania z wydarzeniem, z Osobą, która nadaje życiu nową perspektywę, a tym samym decydujące ukierunkowanie”¹³². Ewangelizować oznacza więc wydawać owoc swojej wiary. Ten owoc w postaci przemienienia człowieka, „metanoi”, wraz z głoszonym słowem staje się pociągający i zapraszający do spotkania Chrystusa. Jest to zaś spotkanie, po którym nic już nie jest takie jak było do tej pory. Wiara staje się relacją z Jezusem¹³³.

¹²⁹ CT, 18.

¹³⁰ EG, 19.

¹³¹ NEWC, 18.

¹³² DCE, 1.

¹³³ NEWC, 19.

1.2.2. U źródeł ewangelizacji eklezjalnej

Mówiąc o źródłach ewangelizacji eklezjalnej nieodzowne jest spojrzenie na pierwszego ewangelizatora – Jezusa Chrystusa. Źródła ewangelizacji to także działalność pierwotnego Kościoła, który miał jeszcze w świeżej pamięci nauczanie swojego Mistrza, ale także słyszalny był w nim wciąż głos Apostołów – świadków Ewangelii.

1.2.2.1. Jezus – ewangelizator

Pierwszym ewangelizatorem był sam Jezus Chrystus. W Ewangelii według św. Marka Pan mówi: «Pójdźmy gdzie indziej, do sąsiednich miejscowości, abym i tam mógł nauczać, bo po to wyszedłem» (Mk 1,38). Jezus więc sam o sobie mówi jako o tym, którego jednym z głównych zadań jest nauczanie, głoszenie orędzia. Prawdę tę przypomniał papież Paweł VI w *Evangelii nuntiandi*: „Podczas obrad synodalnych Biskupi bardzo często podnosili tę prawdę, że sam Jezus, Ewangelia Boga, był pierwszym i największym głosicielem Ewangelii. Takim był aż do końca, aż do doskonałego wypełnienia i do ofiary za swojego ziemskiego życia”¹³⁴. Papież Franciszek mówi w tym kontekście w adhortacji *Evangelii gaudium* o radości Jezusa w Duchu Świętym połączonej z wysławianiem Ojca. Ta radość wynika z faktu, że Jego objawienie dociera do ubogich i najmniejszych¹³⁵.

Wpatrując się w Tego pierwszego nauczyciela Kościół przez wszystkie wieki swego istnienia rozpoznaje cel ewangelizacji, uczy się sposobów przekazywania dobrej nowiny a nade wszystko zgłębia treść nauczania. „Muszę głosić Dobrą Nowinę o królestwie Bożym, bo po to zostałem posłany” (Łk 4,43). W tych słowach sam Jezus określa cel swojego nauczania. Paweł VI nawiązując do tego fragmentu Ewangelii stwierdza, że „Jezus wyznaje, że właściwym zadaniem, dla którego wypełnienia został posłany przez Ojca, jest nieść radosną nowinę od miasta do miasta, w pierwszym rzędzie

¹³⁴ EN, 7.

¹³⁵ EG, 21.

ubogim, którzy często są chętniejsi do jej przyjęcia: iż mianowicie wypełniły się obietnice Przymierza, danego przez Boga”¹³⁶. Ojcowie synodalni o przepowiadaniu Mistrza z Nazaretu nauczają: „Dla Jezusa celem ewangelizacji staje się wprowadzenie ludzi w Jego wewnętrzną relację z Ojcem i Duchem. Taki jest ostateczny sens Jego nauczania i cudów: głoszenie zbawienia, które choć przejawia się w konkretnych aktach uzdrowienia, nie może być łączone z wolą przekształceń społecznych czy kulturowych, lecz jest danym każdemu człowiekowi głębokim doświadczeniem bycia kochanym przez Boga oraz poznania Go w obliczu kochającego i współczującego Ojca”¹³⁷

Sposób nauczania Jezusa pokazują teksty Nowego Testamentu, kiedy wspominają, że „czynił i nauczał” (Dz 1,1). To dwa elementy, które św. Łukasz łączy by uwydatnić je w posłannictwie Jezusa¹³⁸. Jan Paweł II w *Catechesi tradende* mówi: „Wielkość Chrystusa nauczającego oraz wewnętrzna spistość i siła przekonująca Jego nauki płynie stąd, że Jego słowa, przypowieści i rozprawy nie dają się nigdy oddzielić od Jego życia i osoby. W takim ujęciu życie Chrystusa okaże się nieustannym nauczaniem: Jego milczenie, cuda, modlitwa, miłość do ludzi, szczególnie troska o poniżonych i biednych, całkowite przyjęcie ofiary krzyżowej dla odkupienia ludzi, samo wreszcie zmartwychwstanie — są urzeczywistnieniem Jego słowa i wypełnieniem Objawienia”¹³⁹. Nauczanie Jezusa, a więc ewangelizowanie towarzyszy nieustannie wszystkiemu, co czynił, mówiąc zaś dosadniej, każdy czyn Jezusa był jakąś formą nauczania. Także sposób traktowania ludzi przez Jezusa należy postrzegać jako istotny element Jego ewangelizacyjnej metody. Potrafił On przyjąć wszystkich, nikogo nie dyskryminując ani nie wyłączając¹⁴⁰. Katechizm Kościoła Katolickiego dostrzega jedność i konieczne współistnienie czynów, znaków i słów Jezusa. Mówiąc o nich zaznacza, że miały one swój cel: „Słowom Jezusa towarzyszą liczne «czyny, cuda i znaki» (Dz 2,22), które ukazują, że Królestwo jest w Nim obecne. Potwierdzają one, że Jezus jest

¹³⁶ EN, 6.

¹³⁷ NEWC, 23.

¹³⁸ Por. CT, 7.

¹³⁹ CT, 9.

¹⁴⁰ NEWC, 23.

zapowiedzianym Mesjaszem. Znaki wypełniane przez Jezusa świadczą o tym, że został posłany przez Ojca. Zachęcają do wiary w Niego”¹⁴¹. Także Paweł VI podkreśla dwoistość sposobów nauczania. Mówi najpierw o słowie, które budziło podziw i zadziwienie (por. Mk 1,27; Łk 4,22; J 7,46). Dalej zaś zatrzymuje się nad znakami i czynami, które Jezus czynił, a które wzbudzały podziw i pociągały do Niego¹⁴².

Treścią nauczania Jezusa jest nade wszystko nauka o Królestwie. Paweł VI mówi: „Chrystus, jako głosiciel Ewangelii, przede wszystkim wieści Królestwo, Królestwo Boże, któremu przypisuje taką ważność, że wszystko inne w zestawieniu z nim stanowi dodatkową «resztę». Dlatego Królestwo Boże trzeba uważać za coś absolutnego, a wszystko inne należy od niego uzależniać. Chrystus Pan lubił różnorako opisywać szczęście przynależenia do tego królestwa; szczęście, na które składają się pewne zadziwiające rzeczy, odrzucone przez świat. Określił też postulaty tego Królestwa i jego «Wielką Kartę», jego głosicieli, tajemnice, jego dzieci czuwanie i wierność, jakich wymaga się od tych, którzy oczekują jego ostatecznego przyjścia”¹⁴³. Szczytem zaś i centrum przepowiadania Dobrej nowiny są wydarzenia zbawcze. Należy je rozpatrywać, jak zauważa papież, nie tylko jako uwolnienie od wszelkiego zła, które może dotyczyć człowieka, ale nade wszystko jako dar wolności od grzechu, i od Złego¹⁴⁴.

W swoich słowach Jezus mówi o wyzwoleniu, o zbawieniu, jakie niesie Królestwo Boże. Docierają one do człowieka tak w sferze duchowej, jak też i fizycznej. Za biskupami można stwierdzić, że działalności misyjnej, ewangelizacyjnej Jezusa towarzyszą dwa znaki: uzdrowienie i przebaczenie. Widać to w wielu cudach, których dokonał, ale także słyhać w słowach, które niejednokrotnie towarzyszyły uzdrowieniom. Owe uzdrowienia są także znakiem zbawienia duchowego, czyli wyzwolenia z mocy grzechu. Dokonując cudów przywracania zdrowia Jezus wzywał do wiary, do nawrócenia, wręcz do pragnienia przebaczenia (por. Łk 5,17-25). Po otrzymaniu

¹⁴¹ KKK, 547–548.

¹⁴² EN, 12.

¹⁴³ EN, 8.

¹⁴⁴ EN, 9.

wiary, uzdrowienie wprowadza w zbawienie (por. Łk 18,42). Gesty, znaki i cuda, które czynił Jezus są znakiem, że oto przyszło już Królestwo Boże¹⁴⁵.

1.2.2.2. Kościół pierwotny

Dzieje apostołskie opisują pierwsze wystąpienie Piotra, tuż po Zesłaniu Ducha Świętego. Treścią tegoż głoszenia jest kerygmat: „tego Męża, który z woli, postanowienia i przewidzenia Boga został wydany, przybiliście rękami bezbożnych do krzyża i zabiliście. Lecz Bóg wskrzesił Go, zerwawszy więzy śmierci” (Dz 2,23-24). Odwołując się do nauczania proroka Joela i do Psalmów przemawia z taką mocą i siłą, że skutkiem jest pierwsze nawrócenie Żydów. Głoszenie nauki, któremu towarzyszy czynienie cudów spotyka się ze sprzeciwem Sanhedrynu, także z uwięzieniem Apostołów. Zostają jednak uwolnieni przez anioła, który ponawia wezwanie: „Idźcie i głoscie w świątyni ludowi wszystkie słowa o tym życiu” (Dz 5,20). Po kolejnym stawieniu przed Sanhedrynem Piotr wypowiada znamienne słowa o tym, że trzeba bardziej słuchać Boga niż ludzi, jednocześnie nie pomijając powierzonej misji, bo i w tym momencie opowiada o Zmartwychwstałym (Dz 5,28-32).

Wczytując się w księgę Dziejów Apostołskich znaleźć można wiele wystąpień i mów, które są wypełnianiem wezwania Jezusa. Należy tu wspomnieć Szczepana, który „pełen łaski i mocy, działał cuda i znaki” (Dz 6,8), Filipa, który przybył do Samarii i głosił Chrystusa (Dz 8,4), czy wreszcie Pawła i Barnabę wyruszających w podróż misyjną (Dz 13,1-12). Dzieje Apostołskie mówią w końcu, że „Słowo Pańskie rozszerzało się i rosło” (Dz 12,24). Biskupi w dokumencie posynodalnym *Słowo Boże w życiu i misji Kościoła* mówią, że „stałym elementem życia Ludu Bożego jest czerpanie siły ze Słowa, które zatem nie jest statyczne, lecz «bieganie» (2Tes 3,1) i zstępuje, niczym życiodajny deszcz z nieba (Iz 55,10-11). Dzieje się tak, odkąd prorocy przemawiali do ludu, Jezus do tłumów i uczniów, apostołowie do pierwszej wspólnoty aż do naszych

¹⁴⁵ NEWC, 29.

czasów”¹⁴⁶. Nawiązując do tych słów można stwierdzić, że treścią ewangelizacji, tak w wykonaniu apostołów, jak i w czasach współczesnych jest zawsze żywe Słowo – „Ewangelia”. Św. Piotr powie, że „Głosili [oni] Ewangelię mocą zesłanego z nieba Ducha Świętego” (1P 1,12). Tą Ewangelią według synoptyków jest żyjący, zmartwychwstały Jezus Chrystus, w którym urzeczywistnia się królestwo Boże. Również Jan Ewangelista mówi o Jezusie jako o Słowie: „Na początku było Słowo, a Słowo było u Boga i Bogiem było Słowo” (J 1,1). Podkreśla to Sobór Watykański II w *Konstytucji dogmatycznej o objawieniu Bożym*: „Zesłał bowiem Syna swego, czyli Słowo odwieczne, oświecającego wszystkich ludzi, by zamieszkał wśród ludzi i opowiedział im tajemnice Boże (por. J 1,1-18). Jezus Chrystus więc, Słowo Wcielone, «człowiek do ludzi» posłany, «głosi słowa Boże» (por. J 3,34) i dopełnia dzieła zbawienia, które Ojciec powierzył Mu do wykonania (por. J 5,36, 17,4)”¹⁴⁷. Także św. Paweł najczęściej utożsamia słowo „ewangelia” z Chrystusem umęczonym na krzyżu i zmartwychwstałym¹⁴⁸. Tę prawdę przypomniał Synod Biskupów w słowach: „Zadanie Kościoła polega zatem na urzeczywistnianiu *traditio Evangelii*, głoszeniu i przekazie Ewangelii, która jest «mocą Bożą ku zbawieniu dla każdego wierzącego» (Rz 1,16) i która ostatecznie jest tożsama z Jezusem Chrystusem (1Kor 1,24). Wiemy już, że kiedy jest mowa o Ewangelii, którą mamy głosić, ma się na myśli Słowo żywe i skuteczne, które urzeczywistnia to, co znaczy (Hbr 4,12; Iz 55,10), i jest osobą: Jezusem Chrystusem, ostatecznym Słowem Boga, które stało się człowiekiem”¹⁴⁹.

W głoszeniu Słowa przez Apostołów i pierwszych uczniów widać bardzo wyraźnie tę radość z przekazywania Dobrej Nowiny. Papież Franciszek podkreśla to pisząc, że „Apostołowie nigdy nie zapomnieli chwili, gdy Jezus poruszył ich serca: «Było to około godziny dziesiątej» (J 1,39)”¹⁵⁰. Píše dalej papież, że ta radość

¹⁴⁶ SBZK, 28.

¹⁴⁷ KO, 4.

¹⁴⁸ Dyk, *Nowa ewangelizacja - konkretne wyzwanie.*, 22.

¹⁴⁹ NEWC, 26.

¹⁵⁰ EG, 13.

Ewangelii, jaka charakteryzowała wspólnotę uczniów jest radością misyjną¹⁵¹. Wspomina także o pierwszych nawróconych: „Doświadczają jej pełni podziwu pierwsi nawracający się, kiedy słuchają przepowiadania Apostołów, «każdy w swoim własnym języku» (por. Dz 2,6), w dniu Pięćdziesiątnicy. Radość ta jest znakiem, że Ewangelia była głoszona i przynosi owoce”¹⁵². To stwierdzenie wydaje się niezwykle istotne. Pokazuje bowiem jednoznacznie, że ewangelizacja, to dzielenie się swoją relacją z Jezusem, o czym zostało wspomniane kilka wersów wyżej. Uczniowie opowiadający wielkie dzieła Boże mogą głosić z mocą, ponieważ są autentycznymi świadkami. Obserwując uczniów w Wieczerniku widać ich zaleknienie i przestach. Tuż jednak po zesłaniu Ducha Świętego wszelki strach ich opuszcza. Odważnie wychodzą do tych ludzi, których jeszcze chwilę wcześniej się obawiali. Ci, którzy nie rozpoznawali wcześniej prorocत्व zawartych na kartach Pismach, odnoszących się do Jezusa, teraz z całą siłą głoszą i nauczają, wyjaśniają. Znamiennym jest także dar języków, który otrzymali – mówili bowiem we wszystkich językach ludzi, którzy zbiegli się, gdy usłyszeli szum (por. Dz 2,1-13). Bóg zainaugurował przepowiadanie, a uczniowie ochoczo się w nie włączyli, przejęli inicjatywę. Bóg wiedział, jak głosić Słowo, zaś uczniowie z tej wiedzy skorzystali. Ojcowie soborowi zaznaczają, że Paraklet utwierdził ich we wszystkim czego doświadczyli i czego nauczyli się przy Jezusie. Jednocześnie Pocieszyciel wlał w nich spokojną odwagę, która przynagla do przekazywania innym doświadczenia Jezusa. To także Duch daje im umiejętność świadczenia o Jezusie, rozszerzając przy tym zakres ich działalności¹⁵³.

1.2.3. Realizacja nakazu ewangelizacyjnego

Realizowanie misyjnego nakazu, które Kościół otrzymał od Jezusa jest wyzwaniem, które nie dotyczy tylko czasów minionych, lecz jest wciąż na nowo

¹⁵¹ EG, 21.

¹⁵² EG, 21.

¹⁵³ NEWC, 26.

aktualne. Ewangelia, która jest darem dla każdego człowieka, której obowiązek głoszenia spoczywa na kolejnych pokoleniach pasterzy i wiernych świeckich skłania do szukania nowych metod i sposobów przepowiadania Dobrej Nowiny adekwatnych do rozwoju społeczeństw. Pomimo zmian jakie zachodzą w mentalności odbiorców, czy też pomimo zmian, jeśli chodzi o sposoby ewangelizowania, zadanie ewangelizacyjne powierzone Kościołowi pozostaje niezmiennie: „Idźcie na cały świat i głoscie Ewangelię wszelkiemu stworzeniu!” (Mt 16,15).

Duch Święty, który z załęcznionych Apostołów uczynił ewangelizatorów, jest tym samym Duchem, który dziś prowadzi Kościół i skłania go do odnowionego przepowiadania i głoszenia Ewangelii ludziom czasów współczesnych¹⁵⁴. Prawdę tę przypomniał Sobór Watykański II w *Dekrecie o misyjnej działalności Kościoła*: „Zadanie to (ewangelizacja) [...], jest wszędzie i w każdej sytuacji jedno i to samo, chociaż zależnie od okoliczności, jest w różny sposób wykonywane. Różnice więc, które należy uznać w tej działalności Kościoła, nie pochodzą z wewnętrznej natury samego posłannictwa, lecz z warunków, w jakich ono dochodzi do skutku. Warunki te zależą bądź to od Kościoła, bądź też od ludów, od grup społecznych lub pojedynczych ludzi, do których kieruje się posłannictwo. [...] Co zaś dotyczy poszczególnych ludzi, grup i narodów, Kościół podchodzi do nich i przenika ich tylko stopniowo, wprowadzając ich w ten sposób w katolicką pełnię. Do każdorazowych warunków lub stanu winno się stosować właściwe czynności, czyli odpowiednie środki. [...] W tej działalności misyjnej Kościoła zachodzą różne warunki, niekiedy z sobą pomieszane: najpierw warunki początku, czyli okresu zakładania, następnie wzrostu, czyli okresu młodości. Po ich jednak spełnieniu działalność misyjna Kościoła bynajmniej jednak nie ustaje, bo poszczególnym Kościołom już założonym przypada z kolei obowiązek dalszego jej prowadzenia i głoszenia Ewangelii tym, którzy stoją jeszcze poza Kościołem. Ponadto społeczności, wśród których Kościół jest obecny, nierzadko całkowicie się zmieniają z powodu różnych przyczyn, tak że mogą powstać zupełnie nowe warunki. Kościół wtedy musi rozważyć, czy owa sytuacja nie wymaga działalności misyjnej od nowa”¹⁵⁵. W odpowiedzi na tak sformułowaną tezę Papież Paweł VI w *Evangelii nuntiandi* pisze:

¹⁵⁴ NEWC, 41.

¹⁵⁵ DM, 6.

„Miejmy taki zapal ducha — jaki mial Jan Chrzciel, Piotr i Pawel, inni Apostolowie oraz owa rzesza godnych podziwu gloscieli Ewangelii przez caly ciag dziejow Kościoła — jakiego by ani ludzie, ani rzeczy nie mogly przytlumic. Niech to bedzie wielka radością nam, którzy poswieciliśmy swe życie. Oby swiat wspolczesny, który szuka juz to w trwodze, juz to w nadziei, przyjmował Ewangelię nie od jej gloscieli zgnębionych lub pozbawionych nadziei, nie od niecierpliwych lub bojaźliwych, ale od slug Ewangelii, których życie jaśniałoby zapalem, od tych, co pierwsi zaczerpnęli swą radość od Chrystusa i nie wahają się poświęcić życia, byle tylko głosić Królestwo i zaszczepiac Kościół w sercu świata”¹⁵⁶.

Świadomość potrzeby nieustannego przepowiadania musi iść w parze ze świadomością zmian społeczno-kulturowych jakie dokonują się z niezwykle szybkością. Z jednej strony należy zauważyć zmiany pozytywne, które umożliwiają rozwój kultury, czy też postęp w wielu dziedzinach wiedzy. Z drugiej jednak strony trzeba stwierdzić, że przemiany te dały początek rewizji i często krytyce niektórych dotychczasowych wartości oraz fundamentów współistnienia społecznego. To zaś niejednokrotnie stało się przyczyną naruszenia wiary niektórych osób¹⁵⁷.

Kościół ma za zadanie wskazać odpowiedź na tę niezwykle chwilę kryzysu. Jednocześnie trzeba by wspólnota wierzących potraktowała ten niezwykle historyczny moment jako kolejny bodziec do uzasadnienia nadziei, którą niesie¹⁵⁸. Takie sugestie zawarł Paweł VI w *Ewangelii nuntiandi*: „Skłania nas do tego dziesiąta rocznica zakończenia II Soboru Watykańskiego, którego postulaty dadzą się streścić w tym jednym: dokładać starań, żeby Kościół XX wieku stał się bardziej zdalny do głoszenia Ewangelii ludziom tegoż stulecia. [...] Do tych słów dodamy tu jeszcze, że, aby należycie odpowiedzieć na przynaglające nas postulaty Soboru, jest rzeczą konieczną, abyśmy nie tylko mieli przed oczyma dziedzictwo wiary, które Kościół winien przekazywać całe

¹⁵⁶ EN, 80.

¹⁵⁷ NEWC, 43.

¹⁵⁸ NEWC, 44.

i nienaruszone, lecz także, abyśmy podawali to dziedzictwo dzisiejszym ludziom sposobem możliwie jasnym i przekonywującym”¹⁵⁹.

1.2.4. Nowa ewangelizacja – w kierunku redefinicji

Chcąc mówić o Nowej ewangelizacji najpierw trzeba odpowiedzieć na pytanie: Czym ona jest? Temat nowej ewangelizacji, choć nie nazwanej wprost, został poruszony przez Pawła VI w adhortacji *Evangelii nuntiandi*. Papież w posynodalnym dokumencie wielokrotnie wskazuje na priorytet ewangelizacji. Warto w tym miejscu przywołać słowa ojca świętego: „Nie będzie bez pożytku, jeśli poszczególni wierni i poszczególni głosiciele Ewangelii rozważą na modlitwie to zdanie: Ludzie, choćbyśmy nie głosili im Ewangelii, będą mogli zbawić się na innych drogach, dzięki miłosierdziu Bożemu, ale czy my sami możemy się zbawić, jeśli zaniechamy jej głoszenia z powodu gnuśności, lęku, «wstydzienia się Ewangelii» — jak pisał św. Paweł — lub kierowania się fałszywymi poglądami?”¹⁶⁰. Pojęcie nowej ewangelizacji po raz pierwszy zostało użyte przez Jana Pawła II w homilii wygłoszonej podczas pielgrzymki do ojczyzny w 1979 roku¹⁶¹. W tym miejscu warto przywołać fragment wypowiedzi papieża, która dotyka istoty problemu: „Kiedy postawiono opodal tego miejsca nowy drewniany krzyż, było to w okresie Millenium. Otrzymaliśmy znak, że na progu nowego Tysiąclecia – w te czasy i nowe warunki – wchodzi na nowo Ewangelia. Że rozpoczęła się nowa ewangelizacja, jakby druga, a przecież ta sama co pierwsza. Dziękujemy dzisiaj przy krzyżu mogiłskim, a zarazem przy krzyżu nowohuckim, za ten początek ewangelizacji”¹⁶². Jan Paweł II

¹⁵⁹ EN, 2–3.

¹⁶⁰ EN, 80.

¹⁶¹ M. Widenka, „Nowa ewangelizacja w nauczaniu Jana Pawła II”, w *Nowa ewangelizacja wyzwaniem dla Kościoła w Polsce*, red. B. Biela (Katowice, 2011), 26.

¹⁶² Jan Paweł II, „Homilia w czasie Mszy św. odprawianej przed opactwem OO. Cystersów w Mogile, Kraków – Nowa Huta 09.06.1979”, w *Jan Paweł II, Pielgrzymki do Ojczyzny, Przemówienia, homilie* (Kraków, 2005), 187.

używał później tego terminu wielokrotnie. Termin nowa ewangelizacja jest używany w różnych okolicznościach i kontekstach. Dlatego warto poddać go redefinicji.

Jan Paweł II ponownie podejmuje temat nowej ewangelizacji w czasie przemówienia skierowanego do biskupów Ameryki Łacińskiej z 1983 r.¹⁶³. Papież mówi: „Wspomnienie 500-lecia ewangelizacji osiągnie swe pełne znaczenie, jeśli będzie ono zaangażowaniem się was, biskupów, wraz z waszymi kapłanami i wiernymi; zaangażowaniem się nie w powtórny ewangelizację, ale właśnie w ewangelizację nową. Nową w swym zapale, w swych metodach, w swym wyrazie”¹⁶⁴.

Zagadnienie nowej ewangelizacji rozwija w swoim nauczaniu Benedykt XVI. Papież zwracając się do Papieskiej Rady ds. Krzewienia Nowej Ewangelizacji mówi: „Podzielam troskę moich czcigodnych poprzedników i uważam, że należy udzielić właściwych odpowiedzi, aby cały Kościół, odradzając się w mocy Ducha Świętego, zwrócił się do współczesnego świata z nowym zapalem misyjnym, by krzewić nową ewangelizację. Dotyczy ona przede wszystkim dawno założonych Kościołów [...]. Nietrudno zauważyć, że na terytoriach tradycyjnie chrześcijańskich wszystkim Kościołom potrzebny jest odnowiony zapal misyjny, wyrażający nowe, ofiarne otwarcie na dar łaski”¹⁶⁵. Rok później papież Benedykt XVI nawiązując do pojęcia nowej ewangelizacji sprecyzowanego przez Kongregację Nauki Wiary¹⁶⁶ pisze w posynodalnej adhortacji: „W ścisłym sensie mówimy o *missio ad gentes* – skierowanej do tych, którzy nie znają Chrystusa. W szerokim znaczeniu nazywa się «ewangelizacją» normalną pracę duszpasterską oraz mówi się o «nowej ewangelizacji», skierowanej do tych, którzy zaniechali praktyk chrześcijańskich”¹⁶⁷.

¹⁶³ NEWC, 45.

¹⁶⁴ Jan Paweł II, „Przemówienie na rozpoczęcie XIX Konferencji Ogólnej Episkopatów amerykańskiej (CELAM) w katedrze. Co znaczy być dzisiaj biskupem w Ameryce Łacińskiej?”, w *Jan Paweł II. Dzieła zebrane*, red. P. Ptasznik i in., t. XII Homilie i przemówienia z pielgrzymek-Ameryka Północna i Południowa, 2009, sekc. 5.

¹⁶⁵ UeS

¹⁶⁶ NDAE, 12.

¹⁶⁷ AM, 160

Biskup zamojsko-lubaczowski Marian Rojek w wywiadzie udzielonym specjalnie na potrzeby niniejszej dysertacji tak definiuje nową ewangelizację: „Nowa ewangelizacja to właściwie nic innego, jak głoszenie Chrystusa Zmartwychwstałego tym, co o Nim zapomnieli, świadomie odwrócili się w swoim życiu od Niego. To zadanie jest realizowane przy użyciu nowych form i z większą niż dotychczas gorliwością, a także gdy mamy na uwadze rzeczywistość naszej Ojczyzny, to z liczniejszym zaangażowaniem osób świeckich, czy to w formie pojedynczych ewangelizatorów, czy też grup duszpasterskich”¹⁶⁸

Opierając się na przytoczonych tekstach można powiedzieć, że w ujęciu geograficznym nowa ewangelizacja dotyczy pierwszorzędnie krajów chrześcijańskiego Zachodu. Podobnie adresaci nowej ewangelizacji wydają się być jasno sprecyzowani – to ludzie ochrzczeni, którzy żyją w nowej sytuacji egzystencjalnej i kulturalnej, w ramach której została naruszona ich wiara i świadectwo. Nowa ewangelizacja polega na odnalezieniu takich miejsc życia, sytuacji, sposobów duszpasterskich, które pozwolą tym osobom odnaleźć na nowo źródło życia duchowego. Do tego potrzebne są nowe narzędzia, które umożliwią te wszystkie rzeczy dostrzec i je urzeczywistnić. Takimi są dzisiaj media, co w szczegółach zostanie omówione w II rozdziale niniejszej pracy. Oczywiście taka próba definicji nowej ewangelizacji ma raczej charakter przykładowy. Traktuje bowiem Zachód jako ilustrację, niż jako jedyny i ostateczny cel działań ewangelizujących. Jak zaznaczają ojcowie synodalni ma pomóc zrozumieć głęboki cel nowej ewangelizacji, którego nie da się jednak zredukować tylko do uwspółcześnienia niektórych praktyk duszpasterskich. Przeciwnie wręcz, domaga się poważnej i dogłębnej analizy i zrozumienia przyczyn, które sprawiły, że chrześcijański Zachód znalazł się w takiej a nie innej sytuacji¹⁶⁹.

W tym kontekście odwołując się do Benedykta XVI, warto dostrzec szerszy zakres, który powinien obejmować działania związane z nową ewangelizacją. Papież zwracając się do Kościoła na kontynencie afrykańskim wskazuje, że także w Afryce

¹⁶⁸ „Wywiad z biskupem zamojsko-lubaczowskim Marianem Rojkiem. Ewangelizacja a social media [Biskup Marian Rojek w rozmowie z księdzem Wojciechem Suchowierzem]”, *Zamojski Informator Diecezjalny* XXX, nr 1 (2021): 114–15.

¹⁶⁹ NEWC, 86–87.

zachodzą sytuacje, które wymagają przedstawienia Ewangelii w nowy sposób, z nowym zapałem, przy użyciu nowych metod. Jednocześnie papież ukazuje potrzebę życia Dobrą Nowiną z nową gorliwością na płaszczyźnie osobistej, rodzinnej i społecznej¹⁷⁰.

Wezwanie papieża można odnieść także do sytuacji chrześcijan żyjących na pozostałych kontynentach, gdzie Kościół jest od dawna zaangażowany w dzieła nowej ewangelizacji. Jan Paweł II mówi przecież już wcześniej w adhortacji *Ecclesia in America*: „Nowa ewangelizacja, obejmująca cały kontynent, dowodzi, że wiary nie można zakładać jako oczywistej, ale że trzeba ją głosić wyraźnie, w całej jej rozciągłości i w całym jej bogactwie”. Słusznie można powiedzieć w odniesieniu do kontynentu amerykańskiego, że chrześcijanie tam żyjący powinni być dojrzały i ugruntowani w wierze, do czego ma prowadzić właśnie nowa ewangelizacja¹⁷¹. Taki sam jej cel można odnieść zatem w sposób wolny i rozszerzyć go na wszystkich chrześcijan, wszystkich kontynentów. Nowa ewangelizacja to bowiem owo odrodzenie duchowe, inicjacja procesu nawrócenia, do którego Kościół wzywa sam siebie, wszystkie swoje wspólnoty, wszystkich ochrzczonych. Stąd rzeczywistość ta nie może dotyczyć jedynie zdefiniowanych i określonych regionów. Jest to metoda, która pozwala wyjaśnić i wytłumaczyć w praktyce dziedzictwo apostołów dla czasów nam współczesnych¹⁷². Ojcowie synodalni mówią wprost: „poprzez nową ewangelizację Kościół chce wprowadzić do współczesnego świata i do dzisiejszej debaty najbardziej pierwotne i właściwe mu zagadnienia: być miejscem, w którym już teraz doświadcza się Boga, gdzie pod kierunkiem Ducha Zmartwychwstałego pozwalamy się przemienić darem wiary”¹⁷³. Nowa ewangelizacja jest więc niesieniem światła wiary nie tylko tym, którzy je utracili, ale także w te miejsca, które wydaje się, że z wiarą nie mają wiele wspólnego. Słusznie także zauważa biskup Rojek, gdy mówi: „Ewangelizacja, czy też nowa ewangelizacja jest

¹⁷⁰ AM, 165, 171.

¹⁷¹ R. Jaszczuk, „Wybrane aspekty nowej ewangelizacji w świetle posynodalnej adhortacji apostolskiej Jana Pawła II *Ecclesia in America*”, w *Ecclesia in America, Wybrane problemy Kościoła w Ameryce Południowej w świetle posynodalnej adhortacji Jana Pawła II*, red. J. Różański (Warszawa, 2003), 48.

¹⁷² EiA, 69

¹⁷³ NEWC, 88.

zawsze działaniem Ducha Świętego, bo On daje dary i charyzmaty, roznieca gorliwość i apostołski zapal przepowiadania. Wspólnota Kościoła winna zawsze o to się modlić i prosić Bożego Ducha, by wzbudzał u całego Ludu Bożego odpowiedzialność, a także kształtował postawę otwartą i gotową na głoszenie Ewangelii”¹⁷⁴.

Zmierzając ku redefinicji pojęcia nowa ewangelizacja można powiedzieć, że jest to działanie całego Kościoła, wynikające z misyjnego nakazu Chrystusa. Działanie to ma na celu głoszenie Ewangelii z nową gorliwością, podejmowane zarazem przez duchownych jak i świeckich. Zakłada ono dotarcie z Dobrą Nowiną zarówno do tych, którzy nie poznali Chrystusa, jak i do tych, którzy poznawszy Go, nie przyjęli lub zatracili swoją wiarę. Nowa ewangelizacja wykorzystuje wszystkie dostępne możliwości, zwłaszcza te, które związane są z rozwojem technologii cyfrowej. Nowa ewangelizacja to także odpowiednie duchowe i merytoryczne przygotowanie ewangelizatorów. Prowadząc głębokie życie wewnętrzne otwierają się oni na światło Ducha Świętego. Dzięki temu mogą stawać się autentycznymi świadkami głoszonego Słowa. Jednocześnie ewangelizatorzy pogłębiają swoją wiedzę, tak by móc podejmować dialog z tymi, dla których stają się świadkami Chrystusa. Nowa ewangelizacja to także właściwe rozpoznawanie znaków czasu, przy jednoczesnym zachowaniu dotychczasowych, sprawdzonych praktyk ewangelizacyjnych i duszpasterskich. Podkreślić należy, że działania związane z nową ewangelizacją mają charakter ciągły i trwałe, a nie jednorazowy, akcyjny.

1.2.5. Potrzeba nowej ewangelizacji

Nowa ewangelizacja jest zaproszeniem do głoszenia Chrystusa całemu światu od nowa, z nową mocą i gorliwością. W różnych przemówieniach Jana Pawła II bardzo mocno wybrzmiewa wezwanie do nowej ewangelizacji, jak chociażby na zakończenie

¹⁷⁴ „Wywiad z biskupem zamojsko-lubaczowskim Marianem Rojkiem. Ewangelizacja a social media [Biskup Marian Rojek w rozmowie z księdzem Wojciechem Suchowierzem]”, 115.

podróży apostołskiej do krajów Beneluxu¹⁷⁵. Wypowiedziane wtedy słowa papieża są wezwaniem do sprostania potrzebom ewangelizacyjnym i dokonania nowej ewangelizacji współczesnych postaw duchowych. W tym miejscu warto przywołać dłuższy fragment wypowiedzi papieża: „nadeszła godzina, by przedsięwziąć drugą ewangelizację, czemu dajecie wyraz w swych pragnieniach. Musicie bowiem sprostać nowym potrzebom ewangelizacyjnym w waszym własnym kraju. Zadanie to może wydawać się bezprecedensowe, trudniejsze niż kiedykolwiek. Rzeczywistość «społeczeństwa pluralistycznego», «sekularyzacji», laicyzmu, dystansowania się wobec instytucji zakonnych, indyferentyzmu religijnego czy nawet ateizmu stanowi wyzwanie, które sprawia, że niejedni spośród waszych kapłanów i wiernych upadają na duchu. [...] Nasz wzrok nie powinien jednak zatrzymywać się na tych czynnikach, które są nie tyle przyczynami, co raczej w takim czy innym stopniu niesprzyjającymi warunkami. Warunki te w pewnym sensie nie są cięższe niż trudności, które były udziałem ewangelizatorów z ubiegłych wieków, czy też przeszkody, na jakie napotykały w dzisiejszym świecie inne Kościoły”¹⁷⁶.

Nie sposób nie wspomnieć wołania papieża Polaka o potrzebie nowej ewangelizacji, które wybrzmiewało w czasie pielgrzymek do Ojczyzny. Warto tu przywołać jego słowa wypowiedziane w Warszawie 14.06.1987 r.: „Wy wszyscy, którzy nie podejmujecie posługi na terenach misyjnych – nie zapominajcie, że nasza własna Ojczyzna wciąż potrzebuje nowej ewangelizacji. Podobnie jak cała chrześcijańska Europa. Po setkach lat – i tysiącach – wciąż na nowo! Cała Europa stała się kontynentem nowego wielkiego wyzwania dla Ewangelii. I Polska też”¹⁷⁷. Jan Paweł II podejmuje tę myśl także podczas kolejnej pielgrzymki do Ojczyzny. W homilii w czasie Mszy świętej

¹⁷⁵ Widenka, „Nowa ewangelizacja w nauczaniu Jana Pawła II”, 26.

¹⁷⁶ Jan Paweł II, „Przemówienie do Konferencji Episkopatu Belgii, 18 maja 1985 - Mechelen”, w *Jan Paweł II. Dzieła zebrane*, red. P. Ptasznik i in., t. X Homilie i przemówienia z pielgrzymek-Europa część 2 Francja, Hiszpania, Portugalia, Kraje Beneluksu, 2008, akap. 2–3.

¹⁷⁷ Jan Paweł II, „Homilia w czasie Mszy św. beatyfikacyjnej biskupa Michała Kozala odprawionej na Placu Defilad za zakończenie II Krajowego Kongresu Eucharystycznego”, w *Jan Paweł II. Dzieła zebrane*, red. P. Ptasznik i in., t. IX Homilie i przemówienia z pielgrzymek-Europa część 1 Polska, 2008, 420.

beatyfikacyjnej ojca Rafała Chylińskiego w Warszawie w roku 1991 papież naucza: „wciąż mówimy o potrzebie nowej ewangelizacji. Po Soborze Watykańskim II zrodziła się ta świadomość, ta potrzeba nowej ewangelizacji starego przecież kontynentu, starych przecież społeczeństw, chrześcijańskich społeczeństw. Jednak nowa ewangelizacja”¹⁷⁸.

W encyklice *Redemptoris missio* Jan Paweł II wskazuje, że podjęcie misji ewangelizacji jest wskaźnikiem naszej wiary w Chrystusa¹⁷⁹. Przypomina także, że Kościół jest misyjny ze swojej natury, jest posłany do narodów¹⁸⁰. Dlatego też papież podkreśla, że „nadszedł moment zaangażowania wszystkich sił kościelnych w nową ewangelizację, gdyż jest to potrzeba nad wyraz pilna i konieczna”¹⁸¹.

Jan Paweł II zwraca uwagę w encyklice *Centesimus annus*, iż Kościół właśnie poprzez nową ewangelizację, zdolny jest by pokazywać „słuszną drogę i podejmować wielkie wyzwanie współczesnej epoki”¹⁸². Według papieża nie da się prawdziwie i skutecznie rozwiązać nowych problemów społecznych inaczej niż przez Ewangelię – dlatego jej przepowiadanie jest wręcz nieuniknioną koniecznością¹⁸³. Ewangelizacja jawi się więc jako konieczność, która wynika nie tylko z natury Kościoła – na co zwrócono uwagę wyżej – ale też z sytuacji, w jakiej znajduje się każdy człowiek i cała ludzkość, na co wskażą konteksty, jakim będzie poświęcona kolejna część rozprawy.

Podobny ton wypowiedzi zawarty jest w encyklice *Veritatis splendor*, w której można przeczytać: „moment historyczny, który obecnie przeżywamy, a w każdym razie przeżywają go liczne narody, stanowi wielkie wezwanie do «nowej ewangelizacji», to znaczy do głoszenia Ewangelii zawsze nowej i zawsze niosącej nowość;

¹⁷⁸ Jan Paweł II, „Homilia w czasie Mszy św. beatyfikacyjnej ojca Rafała Chylińskiego”, w *Jan Paweł II. Dzieła zebrane*, red. P. Ptasznik i in., t. IX Homilie i przemówienia z pielgrzymek-Europa część 1 Polska, 2008, 575.

¹⁷⁹ RM, 11.

¹⁸⁰ RM, 62.

¹⁸¹ RM, 3.

¹⁸² CA, 5.

¹⁸³ Por. Widenka, „Nowa ewangelizacja w nauczaniu Jana Pawła II”, 30.

do ewangelizacji, która musi być prowadzona z nową gorliwością, nowymi metodami i z zastosowaniem nowych środków wyrazu”¹⁸⁴.

O zapotrzebowaniu na nową ewangelizację mówi także Jan Paweł II w posynodalnej adhortacji *Christifidelis laici*. Stwierdza on, że „nadszedł czas nowej ewangelizacji”, która ma być odpowiedzią na zjawisko dechrystianizacji narodów. Mówi dalej: „całe kraje i narody, w których niegdyś religia i całe życie chrześcijańskie kwitły i dały początek wspólnotom wiary żywej i dynamicznej [...] dzisiaj wystawione są na ciężką próbę, a niekiedy podlegają procesowi radykalnych przemian wskutek szerzenia się zubożenia religijnego, sekularyzmu i ateizmu... i hołdują zasadzie: «żyć tak, jak gdyby Bóg nie istniał» [...] jedynie nowa ewangelizacja może zapewnić rozkwit czystej i głębokiej wiary prowadzącej do autentycznej wolności”¹⁸⁵

Bardzo dobitnie o potrzebie nowej ewangelizacji Jan Paweł II mówi w adhortacji *Ecclesia in Europa*. Na te wypowiedzi powołują się także ojcowie synodalni¹⁸⁶. Papież zaś mówi: „dostrzeżono pilną konieczność «nowej ewangelizacji» ze świadomością, że Europa nie powinna dzisiaj tylko odwoływać się do swojej chrześcijańskiej przeszłości. Musi także nauczyć się znów na nowo kształtować swoją przyszłość w spotkaniu z Osobą i orędziem Jezusa Chrystusa”¹⁸⁷. Papież słusznie rozeznaje problemy wielu współczesnych chrześcijan, kiedy pisze: „Wszędzie zachodzi potrzeba nowego głoszenia Ewangelii — również tym, którzy są już ochrzczeni. Wielu współczesnych Europejczyków sądzi, że wie, co to jest chrześcijaństwo, ale w rzeczywistości go nie zna. Często nawet podstawy i najbardziej zasadnicze pojęcia chrześcijaństwa nie są już znane. Wielu ochrzczonych żyje tak, jakby Chrystus nie istniał; powtarza się gesty i znaki związane z wiarą, zwłaszcza w praktykach religijnych, ale nie odpowiada im rzeczywista akceptacja treści wiary i przyłgnięcie do Osoby Jezusa. Miejsce pewności wielkich prawd wiary u wielu ludzi zajęło niejasne i mało zobowiązujące uczucie religijne; szerzą się różne formy agnostycyzmu i praktycznego

¹⁸⁴ VS, 107.

¹⁸⁵ ChL, 34.

¹⁸⁶ Por. NEWC, 45.

¹⁸⁷ EiE, 2.

ateizmu, które przyczyniają się do pogłębienia rozdźwięku między wiarą a życiem; wielu uległo duchowi immanentystycznego humanizmu, który osłabił ich wiarę, prowadząc niestety często do jej całkowitego porzucenia; jesteśmy świadkami swego rodzaju sekularystycznej interpretacji wiary chrześcijańskiej, która powoduje jej erozję i z którą wiąże się głęboki kryzys sumienia i praktyki moralności chrześcijańskiej. Wielkie wartości, które w znacznej mierze były inspiracją dla kultury europejskiej, zostały oddzielone od Ewangelii, przez co utraciły swą najgłębszą duszę, zostawiając miejsce dla licznych wypaczeń”¹⁸⁸.

Także w listach apostołskich Jan Paweł II mówi o potrzebie nowej ewangelizacji. Chociażby w *Novo millennio ineunte* ponawia wezwanie do podjęcia tego zadania. Papież naucza o konieczności wzbudzenia na nowo pierwotnego zapału i gorliwości. Przypomina, że kto prawdziwie spotkał Chrystusa, nie może Go zatrzymywać tylko dla siebie¹⁸⁹. Do nowej ewangelizacji wzywa także papież w liście apostołskim *Oriente lumen*: „Drodzy bracia, stoi przed nami wspólne zadanie, Wschód i Zachód muszą razem powiedzieć: Ne evacuetur Crux! (por. 1 Kor 1, 17). Niech nie zostanie udaremniiony Krzyż Chrystusa, bo jeśli udaremnia się Krzyż Chrystusa, człowiek zostaje pozbawiony korzeni i nie ma już przyszłości, jest zniszczony! To jest nasze wołanie u kresu XX wieku. Jest to wołanie Rzymu, wołanie Konstantynopola, wołanie Moskwy. I wołanie całego chrześcijaństwa: obu ameryk, Afryki, Azji i wszystkich. Jest to wołanie nowej ewangelizacji”¹⁹⁰.

Przytoczone fragmenty nauczania Jana Pawła II wskazują na silną potrzebę nowej ewangelizacji. Można nawet powiedzieć, że papież pokazuje konieczność swoistego nowego zrywu ewangelizacyjnego Kościoła we współczesnym świecie. To wezwanie jest zaproszeniem do poszukiwania nowego zapału, nowych metod, nowych form komunikowania Ewangelii Jezusa Chrystusa całemu światu, wreszcie jest to zaproszenie do przemiany świata.

¹⁸⁸ EiE, 47.

¹⁸⁹ Por. NMI, 40 i 58.

¹⁹⁰ OL, 3.

Rozwijając myśli swojego poprzednika także Benedykt XVI podejmuje temat nowej ewangelizacji. W Liście apostolskim *Ubicumque et semper* papież zauważa przemiany społeczne jakie zaszły w ostatnich dekadach pośród których podkreśla postęp nauki i techniki, zwiększenie możliwości życiowych i przestrzeni indywidualnej wolności, przemiany ekonomiczne, procesy mieszania się grup etnicznych i kultur, zjawiska masowej migracji¹⁹¹. Snując refleksję o zachodzących zmianach papież naucza: „choć z jednej strony owe przemiany były niewątpliwym dobrodziejstwem dla ludzkości, a dla Kościoła źródłem dodatkowych bodźców do uzasadnienia nadziei, której jest wyrazicielem (por. 1P 3,15), z drugiej strony doszło do niepokojącej utraty poczucia sacrum, a nawet do podawania w wątpliwość tych podstaw, które wydawały się niezaprzeczalne, jak wiara w Boga Stwórcę i Jego opatrzność, objawienie Jezusa Chrystusa jako jedyne Zbawiciela oraz wspólne rozumienie fundamentalnych doświadczeń człowieka, takich jak narodziny, śmierć, życie w rodzinie i odniesienie do naturalnego prawa moralnego. Choć we wszystkim tym niektórzy widzieli wyzwolenie, dosyć szybko zauważono, że kiedy człowiek chce być wyłącznym twórcą własnej natury i przeznaczenia, pozbawia się tego, co stanowi fundament wszystkich rzeczy, a w jego wnętrzu powstaje pustynia”¹⁹².

Współcześnie sprawa nowej ewangelizacji staje się jeszcze bardziej aktualna, zwłaszcza kiedy czasy obecne wydają się być dość nieprzychylnie nie tylko chrześcijaństwu, ale także samemu Jezusowi¹⁹³. Zauważa to Benedykt XVI w swojej homilii na zakończenie Specjalnego Zgromadzenia Synodu Biskupów dla Bliskiego Wschodu: „Podczas prac zgromadzenia często zwracano uwagę na konieczność głoszenia na nowo Ewangelii osobom, które znają ją słabo czy wręcz oddaliły się od Kościoła. Często poruszano kwestię pilnej potrzeby nowej ewangelizacji także Bliskiego Wschodu. Jest to temat dość powszechny, zwłaszcza w krajach, które przyjęły chrześcijaństwo dawno. Również niedawne utworzenie Papieskiej Rady ds. Krzewienia Nowej Ewangelizacji jest odpowiedzią na tę wielką potrzebę. Dlatego też po konsultacjach

¹⁹¹ UeS

¹⁹² UeS.

¹⁹³ G. Umiński, *Diecezjalne www w Polsce a nowa ewangelizacja. Poszukiwania teologiczno-medioznawcze.*, Seria naukowa: Nowe media i Kościół (Warszawa, 2017), 35.

z biskupami świata i po wysłuchaniu opinii Rady Zwyczajnej Sekretariatu Generalnego Synodu Biskupów postanowiłem poświęcić najbliższe zwyczajne zgromadzenie ogólne, które odbędzie się w 2012 r., następującemu zagadnieniu: «*Nova evangelizatio ad christianam fidem tradendam — Nowa ewangelizacja, by przekazywać wiarę chrześcijańską*»¹⁹⁴.

Papież, podobnie jak jego poprzednicy, wskazuje na różnorodne potrzeby poszczególnych wspólnot. Dostrzega je, gdy wskazuje na różne obszary terytorialne. W niektórych, choć szerzy się zjawisko sekularyzacji, to jednak praktyki życia chrześcijańskiego są żywotne i zakorzenione w duszy całych narodów. W innych zaś, jak zauważa papież, społeczeństwo nabrało dystansu do wiary, a jeszcze inne są całkowicie zdechristianizowane, zaś światło wiary powierzone jest małym wspólnotom. Efektem tych rozważań papieża było powołanie Papieskiej Rady ds. Krzewienia Nowej Ewangelizacji¹⁹⁵.

Troska Benedykta XVI o nową ewangelizację wyraziła się zwołaniu Synodu Biskupów poświęconemu nowej ewangelizacji. W Homilii na rozpoczęcie Synodu Benedykt XVI naucza: „Kościół istnieje, aby ewangelizować. Wierni poleceniu Pana Jezusa Chrystusa, Jego uczniowie poszli na cały świat, aby głosić Dobrą Nowinę, zakładając wszędzie wspólnoty chrześcijańskie. [...] W określonych okresach historycznych Boża Opatrzność ze szczególną mocą ożywiła działalność ewangelizacyjną Kościoła. [...] Także w naszych czasach Duch Święty rozbudził w Kościele nowy zapal, by głosić Dobrą Nowinę, duchowy i duszpasterski dynamizm [...]. Taka odnowiona dynamika ewangelizacji wywołuje korzystny wpływ na dwie szczególne «gałęzie», które się z niej rozwijają — to znaczy z jednej strony *misio ad gentes*, czyli głoszenie Ewangelii tym, którzy jeszcze nie znają Jezusa Chrystusa i Jego orędzia zbawienia, z drugiej zaś strony nową ewangelizację skierowaną zasadniczo do osób, które chociaż zostały ochrzczone, oddaliły się od Kościoła i żyją bez odnoszenia się do praktyki chrześcijańskiej. Rozpoczynające się dziś zgromadzenie synodalne jest

¹⁹⁴ Benedykt XVI, „Homilia na zamknięcie Specjalnego Zgromadzenia Synodu Biskupów dla Bliskiego Wschodu”, 24 październik 2010, https://opoka.org.pl/biblioteka/W/WP/benedykt_xvi/homilie/bliskiwschod_24102010.html.

¹⁹⁵ UeS.

poświęcone tej nowej ewangelizacji, aby sprzyjać w przypadku tych osób nowemu spotkaniu z Panem, bo tylko On napędza nasze ludzkie życie głębokim sensem i pokojem; aby sprzyjać odkryciu na nowo wiary, źródła łaski, niosącej radość i nadzieję w życie osobiste, rodzinne i społeczne”¹⁹⁶. Papież wskazuje na nowy zapał, by głosić Dobrą Nowinę, nowy dynamizm duchowy i duszpasterski. Podkreśla potrzebę przepowiadania Ewangelii z jednej strony tym, którzy Chrystusa jeszcze nie znają, z drugiej zaś, tym, którzy Go zagubili. To zaproszenie do „podwójnej” ewangelizacji wpisuje się we wcześniejsze nauczanie papieża.

Papież rozwija swoją myśl dotyczącą nowej ewangelizacji w *Orędziu na 47. Światowy Dzień Młodzieży* w 2013 roku. Zwracając się do ludzi młodych Benedykt XVI naucza: „Kościół liczy również na was, kontynuując tę misję ewangelizacji. Drodzy młodzi, wy jesteście pierwszymi misjonarzami wśród swych rówieśników! [...] Żyjemy w bardzo szczególnym okresie dziejów: postęp techniczny dał nam nieznaną dotychczas możliwość komunikowania się między ludźmi i między narodami. Jednakże globalizacja tych stosunków będzie pozytywna i będzie prowadziła do coraz większej humanizacji świata tylko wtedy, gdy będzie oparta nie na materializmie, ale na miłości – jedynej rzeczywistości, będącej w stanie wypełnić serce każdego i zjednoczyć ludzi. Bóg jest miłością. Człowiek, który zapomina o Bogu, traci nadzieję i staje się niezdolny do kochania swego bliźniego. Dlatego pilnie trzeba dawać świadectwo o obecności Boga, aby każdy mógł jej doświadczyć: chodzi o zbawienie ludzkości i o zbawienie każdego z nas. Każdy, kto zrozumie tę konieczność, będzie musiał zawołać wraz ze św. Pawłem: «Biada mi [...], gdybym nie głosił Ewangelii!» (1 Kor 9, 16)”¹⁹⁷. Przesłanie papieża, choć kierowane do ludzi młodych tak naprawdę pokazuje potrzebę ewangelizacji czynionej przez wszystkich ochrzczonych. Istotnym elementem tego działania jest świadectwo osobistej wiary i chrześcijańskiej miłości.

¹⁹⁶ Benedykt XVI, „Homilia Benedykta XVI podczas Mszy św. na rozpoczęcie Synodu Biskupów”, 7 październik 2012, https://opoka.org.pl/biblioteka/W/WP/benedykt_xvi/homilie/synod_07102012.html.

¹⁹⁷ Benedykt XVI, „Orędzie Papieża Benedykta XVI na Światowy Dzień Młodzieży 2013 roku. Misjonarze nowej ewangelizacji «Idźcie i nauczajcie wszystkie narody» (Mt 28,19).”, 18 październik 2012, https://www.vatican.va/content/benedict-xvi/pl/messages/youth/documents/hf_ben-xvi_mes_20121018_youth.html.

Papież Franciszek głoszeniu Ewangelii w świecie współczesnym poświęcił Adhortację apostolską *Evangelii gaudium*. Treścią nowej ewangelizacji według papieża Franciszka powinna być odnowa wewnętrzna polegająca na wierności swemu powołaniu, a także umożliwienie człowiekowi ewangelizowanemu poznania Chrystusa i powrotu do Niego. Postawienie na pierwszym miejscu głoszenia Bożego miłosierdzia najpełniej ukazują głębię duchowości nowej ewangelizacji, inspirowanej przez przebaczącą miłość Ojca¹⁹⁸. Nieco wcześniej w przemówieniu do uczestników sesji plenarnej Papieskiej Rady ds. Krzewienia Nowej Ewangelizacji papież mówi, że „dar miłosierdzia jest przesłaniem, które Kościół ma za zadanie przekazywać w swoim dziele ewangelizacji w tym czasie wielkich przemian”¹⁹⁹.

Papież Franciszek, podobnie jak jego poprzednicy, celnie wskazują na próbę poszukiwania rzeczywistości nadprzyrodzonej pośród dzisiejszych społeczeństw. W czasie audiencji dla Szkół nowej ewangelizacji podkreśla: „Bardzo ważne pozostaje otwarcie na pytania kobiet i mężczyzn naszych czasów: bez formułowania z góry przygotowanych odpowiedzi, ale dzieląc się słowami życia. Nie należy uprawiać prozelityzmu, ale pozostawić przestrzeń stwórczej mocy Ducha Świętego wyzwalamy serca z niewoli, które je uciskają. On je odnawia. Należy przekazywać Boga, nie tyle o nim mówić, nie uzasadniać jego istnienia: także diabeł wie, że Bóg istnieje! Głosić Pana, to świadczyć o radości z jego poznania oraz pomagać żyć pięknem spotkania z Nim. Bóg nie jest odpowiedzią na ciekawość intelektualną lub na zaangażowanie woli, jest doświadczeniem miłości, wezwaniem do stawania się historią miłości. Ponieważ – to szczególnie ważne dla nas – jeden raz spotykając Boga żywego, trzeba szukać go nadal. Tajemnica Boga nigdy się nie wyczerpuje. Jest niezmierna jak jego miłość”²⁰⁰.

¹⁹⁸ EG, 34-39. Franciszek, „Ewangelizacja jest naszą rewolucją. Homilia podczas Mszy św. w parku Dwusetlecia w Quito - podróż do Ameryki Łacińskiej”, 7 lipiec 2015, https://opoka.org.pl/biblioteka/W/WP/franciszek_i/homilie/ekwador_quito_07072015.html.

¹⁹⁹ Franciszek, „Przemówienie do uczestników sesji plenarnej Papieskiej Rady ds. Krzewienia Nowej Ewangelizacji”, 2015, https://opoka.org.pl/biblioteka/W/WP/franciszek_i/przemowienia/ewangelizacja_29052015.html.

²⁰⁰ Franciszek, „Przemówienie w czasie audiencji dla Szkół Nowej Ewangelizacji”, 2019, <https://www.vaticannews.va/pl/papiez/news/2019-09/papa-audiencja-szkol-ewangelizacji.html>.

Przywołane wypowiedzi Franciszka pokazują, że kładzie on nacisk na świadectwo miłosierdzia, które staje się narzędziem ewangelizacji.

W *Liście do abp. Rino Fisichelli z okazji Jubileuszu Roku 2025* papież jeszcze raz wskazuje: „Musimy podtrzymywać płomień nadziei, który został nam dany i uczynić wszystko, aby każdy odzyskał siłę i pewność patrzenia w przyszłość otwartą duszą, ufnym sercem oraz dalekosiężnym umysłem. Najbliższy Jubileusz będzie mógł bardzo służyć tworzeniu na nowo klimatu nadziei i zaufania jako znaku odrodzenia, którego wszyscy pilnie potrzebujemy”²⁰¹. Słowa te skierowane do przewodniczącego Papieskiej Rady ds. Krzewienia Nowej Ewangelizacji pokazują niezwykle zmysł papieża. Dostrzega on bowiem potrzebę wciąż nowego poszukiwania metod i sposobów by mówić o Chrystusie, tym, którzy dotknięci przez globalne wydarzenia – pandemia, dramat umierania w samotności, niepewność oraz prowizoryczność egzystencji doświadczają kryzysów i wątpliwości²⁰².

Nowa ewangelizacja jak zaznaczają ojcowie synodalni w pierwszym swym momencie jest odpowiedzią na pytanie, które Kościół musi mieć odwagę sobie postawić, aby odważyć się podjąć na nowo swe duchowe i misyjne powołanie. Bazując na odpowiedziach nadesłanych na tekst *Lineamentów* stwierdzono, że nowa ewangelizacja to umiejętność Kościoła przeżywania w sposób nowy własnego doświadczenia wspólnoty wiary i głoszenia w kontekście nowych sytuacji. Szereg zmian społecznych i kulturowych określanych mianem „globalizacji” rozpoczął proces osłabiania tradycji i instytucji, to zaś naruszyło więzi społeczne i kulturowe w ich zdolności do przekazywania wartości i udzielania odpowiedzi na pytania o sens i o prawdę. A to z kolei sprawiło znaczący zanik kultury i umiejętności przyjmowania wiary oraz życia zgodnie z wartościami, które w wierze miały swoje źródło. W tym kontekście nowa ewangelizacja musi zabrzmieć jako apel, pytanie, które Kościół kieruje najpierw do samego siebie, aby zebrać własne siły duchowe i zaangażować się w tę nową atmosferę kulturową z własnymi propozycjami. Określenie „nowa” odnosi się do zmiany kontekstu kulturalnego i odsyła do faktu, że Kościół potrzebuje odzyskać siłę, wolę, świeżość

²⁰¹ Franciszek, „List do abp. Rino Fisichelli z okazji Jubileuszu Roku 2025”, 11 luty 2022, <https://misericors.org/list-papieza-franciszka-do-abp-rino-fisichelli-z-okazji-jubileuszu-roku-2025/>.

²⁰² Franciszek.

i autentyzm²⁰³. Tu warto wrócić do Jana Pawła II, który naucza, że owo głoszenie Ewangelii czynione ma być z nowym zapalem, przy użyciu wszystkich dostępnych sposobów i metod oraz nowych zdobytych techniki²⁰⁴.

Jednocześnie należy podkreślić, że prawdziwa ewangelizacja to nie tylko przekaz wiedzy, ale prowadzenie do osobistego spotkania z Chrystusem. Dokonuje się to, co prawda we wspólnocie, ale ma wymiar osobisty. Nowa ewangelizacja, która ma prowadzić do tego spotkania są to działania skierowane do tych, którzy oddalili się od Kościoła w krajach od dawna chrześcijańskich²⁰⁵. Oznacza ona także odbudowę chrześcijańskiej tkanki społeczeństwa poprzez odnowienie tkanki samych wspólnot chrześcijańskich²⁰⁶. Za ojcami synodalnymi, stwierdzić należy, że nie ma takiej sytuacji kościelnej, w której można by czuć się wyłączonym z programu nowej ewangelizacji. Dotyczy ona zarówno wspólnot Kościołów starszych, wraz z ich problemem faktycznego porzucenia wiary przez wielu, jak też wspólnot młodszych, które z podobnymi problemami borykają się zwłaszcza w większych ośrodkach miejskich i niektórych płaszczyznach życia społecznego²⁰⁷.

Przytoczone wyżej liczne wypowiedzi papieży i XIII Zwyczajnego Zgromadzenia Ogólnego Synodu Biskupów wskazują na potrzebę nowej ewangelizacji. Dopełnieniem tego są konteksty nowej ewangelizacji omawiane w kolejnej części dysertacji.

²⁰³ NEWC, 46–50.

²⁰⁴ VS, 106.

²⁰⁵ NEWClim, 2.

²⁰⁶ CHL, 34.

²⁰⁷ NEWC, 89

1.3. Ewangelizacja w świecie współczesnym – konteksty nowej ewangelizacji

Podjęcie wcióż na nowo dzieła ewangelizacji skłania Kościół do prowadzenia refleksji nad sposobem przeżywania wiary przez wspólnoty chrześcijańskie. Benedykt XVI wzywa do ponownego odczytania współczesnych przemian i obecnej sytuacji w perspektywie nadziei, którą przynosi chrześcijaństwo²⁰⁸. Staje więc nowa ewangelizacja rozeznawaniem i umiejętnością odczytywania nowych kontekstów, jakie pojawiły się w ostatnich dziesięcioleciach, tak by przemieniać je w miejsce głoszenia Ewangelii oraz doświadczenia Kościoła. Ojcowie synodalni, przywoływanego już Synodu poświęconego nowej ewangelizacji, wskazują, bazując na nauczaniu Jana Pawła II, na zarysowanie się kontekstów kulturowego, społecznego, gospodarczego, politycznego i religijnego²⁰⁹. Do tych wymienionych należy doliczyć także kontekst medialny²¹⁰.

1.3.1. Konteksty społeczno-kulturowe „tu i teraz nowej ewangelizacji”

Jako pierwszy z kontekstów ojcowie synodalni Synodu o nowej ewangelizacji wymieniają kontekst kulturowy. Kontekst ten to, przede wszystkim zagadnienie sekularyzacji społeczeństwa, która dokonała się pod wpływem wydarzeń, ruchów społecznych i myślowych. Sekularyzacja prezentowana jest we współczesnych kulturach jako swoiste wyzwolenie. Wyzwolenie to kieruje do postrzegania świata bez odniesienia

²⁰⁸ SS, 22.

²⁰⁹ NEWC, 51.

²¹⁰ Umiński, *Diecezjalne www w Polsce a nowa ewangelizacja. Poszukiwania teologiczno-medioznawcze.*, 2017, 42.

do transcendencji. Proces ten prowadzi do przemodelowania mentalności, w której Bóg jest nieobecny. Jego zaś ewentualne istnienie zależy tylko od ludzkiej świadomości²¹¹. Taka forma sekularyzacji przeniknęła do wspólnoty Kościoła oraz codziennego życia²¹². W obszarze kontekstu kulturowego mówi się także o rozwoju relatywizmu kulturowego podważającego najbardziej podstawowe doświadczenia i relacje międzyludzkie. Wyraźnie zarysowuje się mentalność hedonistyczna i konsumpcyjna skłaniająca do bardzo powierzchownego podejścia do życia i do rozwoju egocentryzmu²¹³.

W tym kontekście warto przywołać inicjatywę „dziedzińca pogan”, o której mówi papież Benedykt XVI podczas podróży apostolskiej do Czech: „Nasuwają mi się słowa z księgi proroka Izajasza, które Jezus przytacza mówiąc, że świątynia powinna być domem modlitwy dla wszystkich narodów (por. Iz 56,7); (Mk 11,17). Miał na myśli tak zwany dziedziniec pogan, z którego wypędził ludzi interesu, by zrobić wolne miejsce dla pogan, co pragnęli modlić się tam do jedyne Boga, [...] Kościół powinien również dzisiaj otworzyć swego rodzaju «dziedziniec pogan», gdzie będą mogli w jakiś sposób zbliżyć się do Boga ludzie, którzy Go nie znają, zanim znajdą drogę do Jego tajemnicy, której służy wewnętrzne życie Kościoła”²¹⁴. Ową wizję „dziedzińca pogan” rozwija papież w *Orędziu na 44. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu*, kiedy mówi: „Nowe środki umożliwiają nawiązanie kontaktu z wyznawcami wszystkich religii, z niewierzącymi i przedstawicielami różnych kultur, toteż duszpasterstwo w świecie cyfrowym musi pamiętać także o tych, którzy nie wierzą, są zniechęceni, a w sercu mają pragnienie absolutu i nieprzemijającej prawdy. Podobnie jak prorok Izajasz, który zdołał

²¹¹ NEWC, 55, por. Wyrostkiewicz, *Ekologia ludzka. osoba i jej środowisko z perspektywy teologicznomoralnej*, 69–71.

²¹² Por. Benedykt XVI, „Przemówienie do uczestników zgromadzenia plenarnego Papieskiej Rady ds. Kultury”, w *AAS*, t. 100(2008), 4, 2008, 245–48, <https://www.vatican.va/archive/aas/documents/2008/aprile%202008.pdf>.

²¹³ NEWC, 53, por. Umiński, *Diecezjalne www w Polsce a nowa ewangelizacja. Poszukiwania teologiczno-medioznawcze.*, 2017, 43.

²¹⁴ Benedykt XVI, „Przemówienie do Kurii Rzymskiej (21.12.2009.)”, *L'Osservatore Romano (wyd. polskie)* 31, nr 2 (2010): 40.

wyobrazić sobie dom modlitwy dla wszystkich narodów (por. Iz 56,7), czy i my nie możemy uznać, że w Sieci – podobnie jak na «dziedzińcu pogan» w Świątyni Jerozolimskiej – może znaleźć się miejsce również dla tych, którzy Boga jeszcze nie znają?»²¹⁵.

Nowa ewangelizacja jawi się na tym polu jako czynnik mobilizujący poszczególnych ludzi i wspólnoty Kościoła do odnowy przez powrót do „pierwotnej gorliwości” (Ap 2, 4)²¹⁶. Wierzący i niewierzący mają bowiem, pomimo dzielących ich różnic, w kwestiach światopoglądowych jeden istotny czynnik wspólny a mianowicie człowieczeństwo. To właśnie ten ludzki element, który jest naturalnym miejscem wnikania wiary, może stać się miejscem ewangelizacji. Uświęcając swoje człowieczeństwo na podstawie swego Mistrza Jezusa, chrześcijanie mogą spotkać się z ludźmi zsekularyzowanymi. Owa konfrontacja może przynosić korzyści dla obu stron. Wierzący oczyszczają własną wiarę i ugruntowują się w niej. Zaś ci, którzy ją utracili otrzymują bodziec by samemu poszukiwać. Warunkiem jest tu oczywiście świadome i właściwe przeżywanie swej relacji z Bogiem przez osoby wierzące²¹⁷.

Obok wspomnianego kontekstu kulturowego istnieje drugi – społeczny. Chodzi mianowicie o zjawisko migracji, mieszania się kultur, często rozpadu więzi rodzinnych, zaniku, czy też upadku tradycyjnych wartości, w tym religijnych. Te zaś procesy w połączeniu z szerzącą się sekularyzacją tworzą atmosferę skrajnej nieokreśloności. Omawiany kontekst powiązany jest bezpośrednio ze zjawiskiem określanym mianem globalizacji²¹⁸. Za Benedyktem XVI należy powiedzieć, że „globalizację trzeba

²¹⁵ Benedykt XVI, „Orędzie na 44. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. Kapłan i duszpasterstwo w świecie cyfrowym: nowe media w służbie Słowa”, w *Benedykt XVI - orędzia na Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. Warsztat edytorski*, red. G. Umiński i in. (Lublin, 2013), 57.

²¹⁶ G. Umiński, *Diecezjalne www w Polsce a nowa ewangelizacja. Poszukiwania teologiczno-medioznawcze.*, Seria naukowa: Nowe media i Kościół (Warszawa, 2017), 43.

²¹⁷ NEWC, 53–54.

²¹⁸ NEWC, 55.

Warto w tym miejscu nawiązać do kultury multikulturalizmu potocznie nazywanego kulturą multi-kulti. Nauki społeczne wskazują, że jest to ideologia, która propaguje jeden, konkretny model relacji

pojmować jako proces społeczno-ekonomiczny, ale nie jest to jej jedyny wymiar. W głębi wciąż wyraźniej dostrzegalnego procesu mamy rzeczywistość ludzkości, która staje się coraz bardziej połączona wzajemnymi odniesieniami. Tworzą ją osoby i narody, dla których ten proces powinien być pożyteczny i przynosić rozwój, dzięki przyjęciu odpowiedzialności ze strony zarówno poszczególnych osób, jak i zbiorowisk²¹⁹. Widać więc, że globalizacja ma zarówno wymiar negatywny, kiedy górę bierze aspekt gospodarczy i produkcyjny, ale także wymiar pozytywny, kiedy można dostrzec możliwość rozwoju nowych form solidarności i współuczestnictwa dla dobra wspólnego²²⁰. Te przemiany są już nie tylko tłem dla nowej ewangelizacji²²¹, lecz także jawią się jako jej wyzwania²²².

Nowa ewangelizacja w tym kontekście pokazuje, że misja ewangelizacyjna trwa we wszystkich krajach, także w tych, które uważane są od dawna za chrześcijańskie. W społeczeństwach należy dostrzegać przestrzenie, w których brakuje miejsca na wiarę.

zachodzący pomiędzy osobami i wspólnotami współistniejącymi na jednym terytorium, które należą do różnych kultur. Zjawisko multikulturalizmu ma stanowić narzędzie służące „demokratycznemu” przejściu przez mniejszość władzy nad większością. Wśród założeń tej ideologii wskazuje się krytykę zachodniej cywilizacji zbudowanej na chrześcijaństwie, dekonstrukcję tradycji zachodniej, hasła antyrasistowskie, antyfaszystowskie, redefinicję praw człowieka, politykę niedyskryminacji opartą na „nowej antropologii” czy dominację prawa nad polityką. Celem tego projektu jest uwolnienie człowieka od zachodniej cywilizacji i dotychczasowych społecznie skonstruowanych ról człowieka. P. Mazurkiewicz, „Wielokulturowość a multikulturalizm”, *Chrześcijaństwo-Świat-Polityka*, nr 24 (2020): 243, 252.

²¹⁹ CV, 42.

²²⁰ Por. Umiński, *Diecezjalne www w Polsce a nowa ewangelizacja. Poszukiwania teologiczno-medioznawcze.*, 2017, 42.; T. Głuszak, „Benedykta XVI koncepcja nauki społecznej Kościoła i jej związek z nową ewangelizacją”, w *Nowa ewangelizacja a nauczanie społeczne Kościoła*, red. T. Chlipała i J. Michalewski (Świdnica, 2014), 48–49 i 56–57.; A. Dylus, *Globalizacja. Refleksje etyczne* (Wrocław, 2005), 13.; Wyrostkiewicz, *Ekologia ludzka. osoba i jej środowisko z perspektywy teologicznomoralnej*, 61–62.

²²¹ Jan Paweł II, „Przemówienie «Wymiar ludzki i etyczny globalizacji» (Watykan 27.04.2006.)”, *L'Osservatore Romano (wyd. polskie)* 21, nr 6 (2000): 47.

²²² Umiński, *Diecezjalne www w Polsce a nowa ewangelizacja. Poszukiwania teologiczno-medioznawcze.*, 2017, 42.

Istotnym jest by mieć odwagę stawiać pytania o Boga i Jego miejsce w całym procesie przemian kulturowych²²³.

Z kontekstem społecznym bezpośrednio łączy się kolejny, a mianowicie kontekst gospodarczy. To właśnie on jest najczęstszą przyczyną kontekstu migracyjnego²²⁴. Kryzys gospodarczy, pogłębiające się różnice w dostępie do zasobów są tematami, którym Kościół jako stojący na straży sprawiedliwości społecznej powinien poświęcić więcej uwagi. Należałoby podjąć stosowne kroki, w celu uwrażliwienia na ten problem i zachęcić do podejmowania środków zaradczych, mających na celu przezwycięzenie tego problemu²²⁵. O tym zagadnieniu mówi już papież Paweł VI w *Populorum progressio*²²⁶ a także Benedykt XVI w encyklice *Caritatis in veritate*: „Bardzo długo myślano, że ubogie narody powinny pozostać w ustalonym stadium rozwoju oraz zadowolić się filantropią narodów rozwiniętych. [...] Dzisiaj potencjał zasobów materialnych, które można spożytkować, by pozwolić tym narodom wyrwać się z nędzy, jest większy niż dawniej, ale wykorzystały go głównie narody krajów rozwiniętych, które mogły zrobić lepszy użytek z procesu liberalizacji przepływu kapitału i pracy. Tak więc rozszerzanie się sfer dobrobytu w skali światowej nie powinno być hamowane przez projekty egoistyczne, protekcjonistyczne lub podyktowane interesami osobistymi. Istotnie, zaangażowanie nowych potęg lub krajów rozwijających się pozwala dzisiaj lepiej zarządzać kryzysem. Z przemianą, jaką pociąga za sobą proces globalizacji, wiążą się wielkie trudności i niebezpieczeństwa, które można przezwyciężyć jedynie wtedy, gdy zdołamy uświadomić sobie, że w głębi rzeczy globalizację prowadzi w stronę solidarnej humanizacji antropologiczna i etyczna dusza. Niestety, duszę tę często przysłaniają i krępują perspektywy etyczno-kulturowe oparte na założeniach

²²³ NEWClim, 6.

²²⁴ O uchodźcach zmuszonych opuścić swoje ziemie wspomina papież Franciszek w Liście przygotowującym do Jubileuszu roku 2025. Franciszek, „List do abp. Rino Fisichelli z okazji Jubileuszu Roku 2025”.

²²⁵ T. Głuszek, *Benedykta XVI koncepcja nauki społecznej Kościoła i jej związek z nową ewangelizacją*, s. 53–55; G. Umiński, *Diecezjalne www...* s. 43.

²²⁶ PP, 17–21.

indywidualistycznych i utylitarystycznych”²²⁷. Ojcowie synodalni Synodu o nowej ewangelizacji podkreślają, że „od Kościołów powołanych do życia zgodnie z ewangelicznym ideałem ubóstwa, wiele można jeszcze oczekiwać, jeśli chodzi o wrażliwość, czy konkretne działania, nawet jeśli nie mają one dostatecznego dostępu do mediów”²²⁸. W tym wołaniu biskupów dostrzec można dość klarowne zaproszenie do pochylenia się nad tematem ewangelizacji także w tej sferze życia ludzkiego, doświadczonej tak mocno przez nierówności i niesprawiedliwości społeczne.

Czwarty kontekst współczesnych przemian dotyczy polityki. Jan Paweł II w encyklice *Centesimus Annus* mówi o wydarzeniach nieoczekiwanych i wiele obiecujących, których punktem kulminacyjnym były te z 1989 roku w Europie środkowej i wschodniej. Ich szersza perspektywa to upadek w niektórych krajach Ameryki Łacińskiej, Afryki i Azji dyktatorskich rządów oraz trudny proces przechodzenia w innych krajach ku formom politycznym bardziej sprawiedliwym i zapewniającym obywatelom pełniejszy udział w życiu kraju²²⁹. To szerokie spektrum wydarzeń politycznych sprawiło, że można mówić o zakończeniu podziału świata na dwa bloki – wschodni i zachodni. W krajach, w których dokonały się przemiany odżyła wolność religijna, gospodarcza oraz polityczna. Na światowej scenie pojawiły się podmioty gospodarcze, polityczne i religijne jak świat islamski, świat azjatycki. Stworzyło to nową sytuację, o bogatym potencjale, lecz także nie wolną od zagrożeń i nowych pokus dominacji i władzy²³⁰. W tym kontekście „zaangażowanie na rzecz pokoju, rozwoju i wyzwolenia narodów; doskonalenie form rządu światowego i krajowego; kształtowanie możliwych form słuchania; współistnienia, dialogi i współpracy między różnymi kulturami i religiami; zachowanie praw człowieka i narodów, a w szczególności mniejszości; wspieranie najsłabszych; ochrona stworzenia i zaangażowanie na rzecz

²²⁷ CV, 42.

²²⁸ NEWC, 57.

²²⁹ CA, 22.

²³⁰ NEWC, 57.

przyszłej planety – wszystko są to tematy i dziedziny, które należy oświecić światłem Ewangelii”²³¹.

1.3.2. Kontekst medialny – ewangelizacja w „globalnej wiosce”

Kontekst medialny związany jest z rozwojem nauki i techniki, a zwłaszcza z rozwojem środków społecznego przekazu, które dają coraz to skuteczniejsze i większe możliwości komunikacji. By ująć w sposób usystematyzowany środki społecznego przekazu wskazać należy najpierw media, które można określić mianem tradycyjnych. Do nich w pierwszym rzędzie należy prasa. Wraz z rozwojem technologii i pojawianiem się wcześniej nieznanymi możliwości ludzkość zaczęła korzystać z dobrodziejstw radia, później telewizji. W ostatnich dziesięcioleciach pojawił się nowy środek społecznego przekazu – Internet. Także i sam Internet nieustannie ewoluuje i zmienia się, tak jak zmienia się sposób korzystania z niego. Od początkowych statycznych stron, które można tylko przeglądać po media społecznościowe i Internet rzeczy. Od samego początku powstawania i rozwoju mediów Kościół bacznie się im przyglądał²³².

Znaczenie i rolę środków społecznego przekazu podkreśla Katechizm Kościoła Katolickiego w słowach: „We współczesnym społeczeństwie środki społecznego przekazu odgrywają wyjątkowo ważną rolę w informowaniu, rozwoju kultury i kształceniu. Rola ta wzrasta w związku z postępem technicznym, bogactwem i różnorodnością przekazywanych wiadomości, wpływem wywieranym na opinię publiczną”²³³. Jan Paweł II w *Christifideles laici* mówi, że wyznaczają one nowe granice

²³¹ NEWClim, 6; por. M. Wyrostkiewicz, „Gdzie kończy się społeczne nauczanie Kościoła, a zaczyna «wtrącanie się do polityki»?”, *Katecheta* 51, nr 12 (2007): 44–46; M. Wyrostkiewicz, „Polityka na ambonie”, w *W nurcie odnowy przepowiadania homilijnego – formy przekazu Słowa Bożego [Materiały z sympozjum homiletycznego, 15 – 16 października 2010 roku, Łódź-Łagiewniki, Wyższe Seminarium Duchowne OO. Franciszkanów]* (Niepokalanów, 2011), 339–64.

²³² Umiński, *Diecezjalne www w Polsce a nowa ewangelizacja. Poszukiwania teologiczno-medioznawcze.*, 2017, 83–84.

²³³ KKK, 2493.

misji Kościoła²³⁴. W adhortacji *Vita consecrata* papież naucza, że „należy popierać wszelkie inicjatywy w tej nowej i doniosłej dziedzinie tak, aby Ewangelia Chrystusa była głoszona również przy pomocy tych nowoczesnych mediów”²³⁵.

Współcześnie większość ludzi ma dostęp do mediów, radia, telewizji, książek, prasy czy Internetu. Wobec tego ciekawym wydaje się stwierdzenie, że obecnie dokonuje się przejście od *homo sapiens* do *homo communicans*, a tym samym można uznać początek trzeciego tysiąclecia za wiek komunikacji²³⁶. Należy nawet za badaczami mówić o rozwoju „globalnej wioski”²³⁷.

„Globalna wioska” połączona niezliczoną ilością sieci połączeniowych odkrywa przed człowiekiem współczesnym, przed ewangelizatorem nieznane dotąd miejsca, do których przenoszą się wręcz procesy życia publicznego i społecznego. Trzeba przyznać, że rozwój nowych mediów wnosi w życie współczesnego człowieka wiele udogodnień i możliwości. Ułatwia dostęp do informacji, umożliwia w sposób wręcz nieograniczony jej poznawanie, wymienianie i rozpowszechnianie. Dostęp do myśli ludzkiej i działalności człowieka staje więc otworem przed każdym kto zapragnie je zgłębiać²³⁸. Nowoczesna technologia usprawnia komunikację, kształcenie, pracę, różnego rodzaju usługi, ale także wypoczynek. Nieograniczony wręcz zasięg, wielość form medialnych to niepodważalne zalety Internetu²³⁹. To rozpowszechnianie się nowoczesnych technologii stawia szereg szans, a jednocześnie wyzwania przed

²³⁴ ChL, 44.

²³⁵ VC, 99.

²³⁶ M. Dziewiecki, „Ewangelizacja w kulturze ponowoczesnej i medialnej”, *Kultura-Media-Teologia*, nr 1(1) (2010): 52.

²³⁷ Termin po raz pierwszy użyty w 1962 r. przez Marshalla McLuhan. Por. H.M. McLuhan, *The Gutenberg Galaxy* (Toronto, 1962), 31.

²³⁸ M. Wyrostkiewicz, „Media jako narzędzia integrowania społeczeństwa w refleksji teologicznej”, w *Integracja w globalnej wiosce: media o cudzoziemcach w Polsce i Unii Europejskiej*, red. W. Weisel i M. Wyrostkiewicz (Lublin: Stowarzyszenie Solidarności Globalnej, 2013), 147–49.

²³⁹ U. Dudziak, „Korzystanie z Internetu – aspekt pastoralny. Zagrożenia i zapobieganie patologiom”, *Roczniki Teologiczne* 54, zeszyt 10, (2007): 258.

ewangelizacją jaką prowadzi Kościół katolicki. Źródło tych wyzwań znajduje się w przemianach społeczno-kulturowych, jakie niesie ze sobą rozwój komunikacyjnych możliwości²⁴⁰.

Według badań firmy analitycznej *dscout*, użytkownicy telefonów komórkowych średnio dotykają ich dziennie 2617 razy, co daje w skali roku niemal 200 tysięcy interakcji ze sprzętem²⁴¹. Można powiedzieć, liczba użytkowników mediów społecznościowych mogłaby dziś stworzyć trzecie co do wielkości państwo²⁴². Media społecznościowe stają się współczesną amboną, na której nauczanie Kościoła powinno być obecne w sposób analogiczny do świata realnego²⁴³. Kontekst medialny staje się więc kluczowy w rozpatrywaniu zagadnienia ewangelizacji. Narzuca sposoby działania a jednocześnie otwiera nowe perspektywy i możliwości. Przywołując najnowsze badanie należy podkreślić, że profesjonalni, katolicki influencerzy mogą stawać się zaangażowanymi ewangelizatorami, czy nawet duchowymi przewodnikami²⁴⁴.

Chrześcijanie obecni w świecie wirtualnym na różne sposoby, czy to tylko zaangażowani w przeglądanie stron internetowych, czy też poszerzający swoje zainteresowania o media społecznościowe potrzebują by im na nowo głosić Ewangelię, by na nowo i przy użyciu metod i sposobów do nich przemawiających mówić

²⁴⁰ Por. Z. Hanas, „Ewangelizacja w kontekście Internetu”, w *Nowa ewangelizacja wyzwaniem dla Kościoła w Polsce*, red. B. Biela (Katowice, 2011), 416.

²⁴¹ M. Tomaszewicz, „Jak często «palcujecie» swój telefon?”, *antyradio.pl*, 19 lipiec 2016, <https://www.antyradio.pl/News/Jak-czesto-palcujecie-swoj-telefon-9889>; M. Przybysz, „Kościół w social media. Komunikacja instytucji eklezjalnych w mediach społecznościowych w perspektywie medioznawczej i teologicznej”, *Kultura-Media-Teologia*, nr 35 (2018): 149.

²⁴² M. Przybysz, „Kościół w Sieci”, *ekai.pl*, 16 październik 2018, <https://www.ekai.pl/kosciol-w-sieci/>.

²⁴³ Przybysz, „Kościół w social media. Komunikacja instytucji eklezjalnych w mediach społecznościowych w perspektywie medioznawczej i teologicznej”, 150.

²⁴⁴ M. Wyrostkiewicz, J. Sosnowska, i A. Wójciszyn-Wasil, „The Catholic influencer as a challenge for spiritual leadership in the age of social media”, *Journal for the Study of Religions and Ideologies* 21, nr 61 (27 luty 2022): 92.

im o Chrystusie. Kontekst głoszenia Ewangelii związany z rozwojem nauki i techniki wysuwa się więc na pierwszy plan, jeśli chodzi o nową ewangelizację.

Rozdział 2. Informacja i jej eksploatawanie

Drugim, po zagadnieniu ewangelizacji, tematem stanowiącym o charakterze pracy, jest informacja i jej eksploatawanie. Głoszenie Ewangelii to posługiwanie się informacją, jej przetwarzania i przekazywanie. Koniecznym zatem wydaje się, by przyjrzeć się informacji co też autor podejmuje w tym rozdziale. Eksploatacja informacji doprowadziła do powstania społeczeństwa informacyjnego. Kluczowym czynnikiem twórczym w tym zakresie był rozwój mediów, począwszy od prasy aż do powstania i obserwowanego obecnie rozkwitu mediów społecznościowych.

Rozdział drugi poświęcony jest antropologii informacji²⁴⁵ oraz mediom jako narzędziom eksploatawania informacji. Autor wychodząc od zagadnienia infokomponentu oraz pojęcia i funkcji informacji wskazuje na „drogę” prowadzącą do mediów i rozwoju społeczeństwa informacyjnego oraz samego funkcjonowania w zmediatyzowanym świecie.

²⁴⁵ Zrozumienie tego, czym jest informacja, prowadzi do wiedzy o jej znaczeniu w świecie. M. Wyrostkiewicz, *Internet i (nie)moralność* (Lublin, 2015), 15.

2.1. Antropologia informacji

Snując refleksję się nad zagadnieniem informacji i jej istnienia w świecie, warto zakotwiczyć ją w szerszym otoczeniu. Zrozumienie tej kwestii jest bowiem konieczne do właściwego postrzegania misji i roli mediów w życiu człowieka i Kościoła a także w procesie ewangelizacji. Podejmując zagadnienie informacji jako takiej należy spojrzeć na nią nie jako na rzeczywistość immamentną co bardziej jako na materię eksploatowaną przez człowieka.

2.1.1. Infokomponent

Trudno dziś mówić, że środowisko naturalne człowieka-osoby ogranicza się jedynie do otoczenia przyrodniczego. Przypatrując się rozwojowi Internetu oraz sposobom spędzania czasu, formom komunikacji, a nawet przenoszenia emocji na płaszczyznę internetową należy stwierdzić, że tym, co buduje rzeczywistość człowieka oprócz wymiaru przyrodniczo-społecznego jest także naturalny środowiskowy infokomponent.

Pojęcie infokomponentu funkcjonujące od przeszło dekady²⁴⁶ jest swego rodzaju wyrażeniem intuicji naukowej wynikającej z obserwacji otaczającego świata i potwierdzonej ogólnymi wynikami badań z zakresu nauk społecznych²⁴⁷. Z obserwacji wynika, że infokomponent jest jednym z elementów naturalnego środowiska

²⁴⁶ Po raz pierwszy wspomniano o tym w opracowaniu: M. Wyrostkiewicz, „Kwiaty i komputery. O przyrodzie i Internecie jako składnikach naturalnego środowiska ludzkiego.”, w *Znaki czasu - czas znaków. Tydzień Eklezjologiczny*, red. K. Mielcarek [i in], t. 9, W trosce o Kościół (Lublin: Wydawnictwo KUL, 2008), 111–23.

²⁴⁷ M. Wyrostkiewicz, „Infokomponent - nowość w badaniach nad środowiskiem naturalnym osoby ludzkiej”, *Biuletyn Edukacji Medialnej* 13, nr 1 (2015): 21–22.

człowieka²⁴⁸. Wskazują na to wyniki badań z 2017 roku przeprowadzonych przez CBOS²⁴⁹. Wynika z nich, że z Internetu w Polsce przynajmniej raz w tygodniu korzysta 67% dorosłych. Przeciętny czas spędzony online w ciągu tygodnia to 12 godzin. Ogromna większość korzystających z Internetu łączy się z siecią bezprzewodowo poprzez takie urządzenia jak smartfon, tablet, czy laptop. W ostatnich latach odsetek ten dynamicznie się zwiększał. Natężenie i intensyfikacja użycia urządzeń mobilnych pozwalających na nieustanne bycie online jednoznacznie pokazuje, że infokomponent – czyli informacyjne środowisko funkcjonowania człowieka stało się czymś naturalnym i oczywistym²⁵⁰.

Należy zauważyć, że istnienie urządzeń służących do operowania informacją, czyli całej infrastruktury, począwszy od serwerów, poprzez przekaźniki aż po odbiorniki (smartfony, tablety, komputery), znacząco wpływają na życie, zdrowie i zachowanie ludzi²⁵¹. Infokomponentu nie można jednak ograniczać tylko do szeroko rozumianych mediów mających na celu zapewnienie rozrywki i nowych form kontaktu międzyosobowego. W jego zakres należy włączyć także instytucje i narzędzia naukowo dydaktyczne, których celem jest pozyskiwanie, przechowywanie i przetwarzanie informacji, które z czasem przyjmują postać wiedzy²⁵².

²⁴⁸ Wyrostkiewicz, „Infokomponent - nowość w badaniach nad środowiskiem naturalnym osoby ludzkiej”, 2015.

²⁴⁹ „Korzystanie z Internetu w Polsce – badania CBOS”, Ad monkey, 30 maj 2017, <http://admonkey.pl/korzystanie-internetu-polsce-badania-cbos/>.

²⁵⁰ Można tu przytoczyć funkcjonujące od jakiegoś czasu powiedzenie oddające zamysł powyższej tezy: „jeśli cię nie ma w Internecie to nie istniejesz”. Por. M. Wyrostkiewicz, „Infokomponent - nowość w badaniach nad środowiskiem naturalnym osoby ludzkiej”, *Biuletyn Edukacji Medialnej* 13, nr 1 (2015): 26.

²⁵¹ Wyrostkiewicz, „Infokomponent - nowość w badaniach nad środowiskiem naturalnym osoby ludzkiej”, 2015, 22.

²⁵² Wyrostkiewicz, 22. Ciekawą prezentacją infokomponentu przenikającego całościowo środowisko człowieka dotykając zarówno wymiaru przyrodniczego jak i społecznego jest wizja niedalekiej przyszłości zaprezentowana w filmie *Transcendencja* w reżyserii Wallego Pfistera. Obraz Pfistera stawia pytania o rozwój sztucznej inteligencji, próbuje zmierzyć się z wizją stworzenia elektronicznego boga

Nie można jednak w eksploracjach dotyczących infokomponentu skupić się tylko na urządzeniach, agendach i osobach wykonujących działania na informacji. Są one istotne, gdyż jest to struktura zewnętrzna – nośna. Jednak bez informacji struktura owa byłaby bezcelowa i bezzasadna. Trzeba więc powiedzieć, że na całość infokomponentu składają się formy zewnętrzne, stanowiące pewne ramy, swoiste rusztowanie dla struktury wewnętrznej stanowiącej rdzeń, którym jest właśnie przekazywana informacja²⁵³. Obrazowo infokomponent można porównać do autostrady, gdzie elementami zewnętrznymi są urządzenia oraz infrastruktura drogowa, a nawet same pojazdy i podróżujące osoby. Elementem zaś wewnętrznym infokomponentu, w tym obrazie jest samo przemieszczanie się od nadawcy do odbiorcy – czyli informacja.

2.1.2. Pojęcie i istota informacji

Informacja zaliczana jest do pojęć pierwotnych, elementarnych, a zatem zasadniczo jest niedefiniowalna²⁵⁴. W związku z tym wszelkie próby sformułowania definicji tak naprawdę sprowadzają się do szukania i mówienia o pewnych analogiach.

mogącego oddziaływać na wszystkie sfery ludzkiego życia. Drastyczny rozwój technologiczny odciska w tym obrazie w sposób definitywny swoje piętno na społeczności małego miasteczka, a w perspektywie czasu także na całym społeczeństwie. W filmie nie występuje jednoznaczny podziału na dobro i zło, zaś bohaterowie sami definiują dobro jako takie. Dla głównego bohatera świat bez chorób i brudu warty jest utraty jednostkowej świadomości (można go zdobyć poprzez rozwój sztucznej inteligencji i technologii informacyjnej). Dla jego przeciwników indywidualność "ja" jest absolutem, dla którego obrony są w stanie zniszczyć całą cywilizację i skazać ludzi na głód i ubóstwo. Całość filmu świetnie pokazuje rzeczywistość technologiczno-wirtualną, która przenika się w sposób zupełnie wolny w życie bohaterów tworząc strumień informacji, który nie ma żadnych ograniczeń. „Film Transcendencja”, Filmweb, dostęp 15 marzec 2017, <https://www.filmweb.pl/film/Transcendencja-2014-670682>.

²⁵³ Por. Wyrostkiewicz, „Infokomponent - nowość w badaniach nad środowiskiem naturalnym osoby ludzkiej”, 2015, 21–22.

²⁵⁴ „Informacja”, w *Encyklopedia PWN*, dostęp 15 marzec 2017, <https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/informacja;3914686.html>.

Do takich wyrażen analogicznych zaliczyć można: wiadomość, pojęcie, powiadomienie²⁵⁵.

Informacja według definicji *Internetowego Słownika Języka Polskiego* jest tym „co powiedziano lub napisano o kimś lub o czymś, także zakomunikowanie czegoś”²⁵⁶. Można więc stwierdzić, że pojawienie się informacji jest naturalną konsekwencją istnienia tego, o czym jest informacja. Czyli jeśli coś istnieje, to istnieje też informacja o tym, choć nie musi być w danym momencie dostępna²⁵⁷. Informacja jest więc czymś co samo w sobie nie może istnieć. Musi odwoływać się do rzeczy, myśli bądź stanu, o którym informuje, zawsze dotyczy czegoś. Należy w tym miejscu zaznaczyć, że istnienie czegoś nie jest równoznaczne z istnieniem bądź posiadaniem informacji na dany temat. Istnienie rzeczy bądź myśli nie zawsze zakłada posiadanie informacji o tym, natomiast istnienie informacji jest równoznaczne z istnieniem rzeczy bądź myśli o których jest informacja. Dostęp do informacji, jest więc w jakimś stopniu dostępem do rzeczywistości związanej z informacją. Posiadanie informacji daje możliwość w szerszym lub węższym zakresie używania rzeczywistości o których się jest informowanym²⁵⁸.

By dokładniej przekazać istotę informacji jako takiej warto odwołać się do etymologii łacińskiego wyrażenia *informatio*, które jest źródłosłowem dla współczesnych wyrazów w wielu językach. Badania naukowe wskazują, że *informatio* oraz jego czasownikowy odpowiednik *infromare*, mają swoje źródło w słowie „forma” z przedrostkiem „in”. Bazując na tychże badaniach można przyjąć, że używając wyrażenia „informowanie” – czyli dochodzenie do informacji, pozyskiwanie jej czy ustalanie – ma się na myśli nadawanie czemuś formy. Informowanie staje się więc procesem, w którym coś „zyskuje istnienie” przez fakt posiadania wiedzy o tym.

²⁵⁵ A. Falkowski, „Informacja”, w *Encyklopedia Katolicka*, red. S. Wielgus i in. (Lublin: Towarzystwo Naukowe KUL, 1997), sekc. 196.

²⁵⁶ W. Doroszewski, red., „Informacja”, w *Słownik Języka Polskiego PWN*, dostęp 15 marzec 2017, <https://sjp.pwn.pl/slowniki/Informacja.html>.

²⁵⁷ Wyrostkiewicz, „Infokomponent - nowość w badaniach nad środowiskiem naturalnym osoby ludzkiej”, 2015, 26.

²⁵⁸ Wyrostkiewicz, 26.

Działanie to może występować na zasadzie – „jeśli o czymś nie wiem, to coś dla mnie nie istnieje”²⁵⁹.

Konkludując należy stwierdzić, że informacja jest to rzeczywistość, którą eksploatuje konkretny człowiek. Eksploatacja informacji to proces – informowanie, które nadaje formę rzeczy, myśli bądź działań, o których informuje, a jednocześnie jawi się jako źródło istnienia czegoś, nie jest już tylko odbiciem czegoś, skutkiem jego istnienia, ale przyczyną istnienia czegoś innego – wyobrażenia o informowanym obiekcie²⁶⁰.

2.1.3. Funkcje informacji

Pomimo analizowanej wyżej niejednoznaczności w definiowaniu informacji trzeba stwierdzić, że odgrywa ona niezwykle rolę w całym społeczeństwie, jak i w życiu pojedynczego człowieka. Świadczy o tym koncepcja infokomponentu. Informacja jako taka pojawia się wszędzie począwszy od informacji, która zawarta jest w genach, i odpowiada za takie a nie inne kształtowanie każdego organizmu żywego²⁶¹. Można nawet powiedzieć, że informacja jest równoznaczna z życiem²⁶². W związku z powyższym konieczne i niezbędne staje się nazwanie wprost funkcji informacji.

Wydaje się zasadne stwierdzenie, iż ogólną funkcją informacji jest „wpływanie na”. Dotyczy to wpływania na człowieka i poszczególne aspekty jego życia, ale także wpływania na całość funkcjonującego świata zarówno ożywionego jak i nieożywionego (infrastruktura, technologie, itd.). Stefanowicz podaje całą listę poszczególnych funkcji informacji i wymienia²⁶³:

²⁵⁹ Wyrostkiewicz, 26.

²⁶⁰ Wyrostkiewicz, 27.

²⁶¹ Por. Wyrostkiewicz, 28.

²⁶² Wyrostkiewicz, 29.

²⁶³ B. Stefanowicz, *Informacja. wiedza. Mądrość.*, t. 66 (Warszawa: Główny Urząd Statystyczny, 2013), 34–49.

- a) Informacyjna funkcja informacji
- b) Informacja – czynnik sterujący
- c) Informacja jako zasób
- d) Informacja jako kapitał
- e) Informacja jako towar
- f) Informacja – „łagodna siła”
- g) Informacja – czynnik kulturotwórczy
- h) Integracyjna funkcja informacji
- i) Informacja – czynnik demokratyzujący
- j) Informacja – czynnik opiniotwórczy
- k) Informacja – czynnik wychowawczy
- l) Informacja – atrybut władzy
- m) Informacja – czynnik motywacyjny
- n) Informacja – jako czynnik terapeutyczny
- o) Informacja – ślad ludzkiego bytowania

Dla niniejszego opracowania kluczowe wydaje się szczegółowe omówienie czterech funkcji informacji proponowanych przez Stefanowicza.

2.1.3.1. Informacyjna funkcja informacji²⁶⁴

Za Stefanowiczem można powiedzieć, że każda informacja jest opisem pewnej rzeczywistości – pewnego obiektu, jego obrazem. Informacja semantyczna wyjaśnia sens rozpatrywanego obiektu, informacja faktograficzna opisuje jego stan. Informacja dostarcza więc określonych wiadomości o analizowanym obiekcie stosownie do swego rodzaju, czyli pełni funkcję informacyjną niezależnie od natury obiektu. Można w pewnym sensie powiedzieć, że informacja staje się swego rodzaju namiastką obiektu, o którym informuje.

²⁶⁴ Stefanowicz, 66:34.

Omawiana funkcja informacyjna jest najczęściej postrzegana funkcją informacji, zwłaszcza w kontekście poznawania rzeczywistości, zdobywania wiedzy. W tym znaczeniu informacja staje się sygnałem – ostrzegawczym, inspirującym czy też wskazującym. Funkcja informacyjna informacji wskazuje na potrzebę korzystania z wszelkich dostępnych sposobów w jej eksploatacji. Dotyczy to także obszaru ewangelizacji. Istotną rolę w tym zadaniu pełnią media, którym poświęcona jest dalsza część opracowania.

2.1.3.2. Informacja – „łagodna siła”²⁶⁵

Stefanowicz stawia ciekawą tezę wskazując na informację jako na „łagodną siłę”, której celem jest „łagodne” wpływanie na odbiorcę informacji. Siła, która kryje się w informacji, ujawnia się w chwili odbioru przez człowieka sygnału z otoczenia i skutkuje na podstawie tegoż sygnału podejmowaniem określonych działań. Siłę tę można porównać do energii oddziaływującej na człowieka. Jednak nie w sensie fizycznym, co bardziej umysłowym. Informacja zaprezentowana w postaci słowa bądź w innej formie przenika do umysłu przekazując konkretne treści. One zaś po dotarciu do odbiorcy mogą wpływać na różne aspekty jego działań. Stefanowicz omawiając zagadnienie „łagodnej siły” stosuje obrazową metaforę porównując informację do wody, która może przynosić pożytek, kiedy płynie łagodnie i spokojnie, ale staje się też siłą niszczącą, gdy jest wzburzona i niekontrolowana. W tym kontekście warto przypomnieć pojawiające się określenia o przepływie informacji obrazowo zbliżone do zaproponowanego przez Stefanowicza porównania. Są to „źródło informacji”, czy też „strumień informacji”. Można więc dostrzec, że porównania informacji do wody jest czymś naturalnym i oczywistym.

Powyższe porównanie pokazuje, że informacja jako siła może być czynnikiem pozytywnym. Może jednak także stać się czynnikiem destrukcyjnym, zniewalającym

²⁶⁵ Stefanowicz, 66:38–40; B. Stefanowicz, „Społeczne funkcje informacji”, *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Studia Informatica*, nr 24 Informatyka ekonomiczna (2009): 279–82.

drugiego człowieka lub budującym w jego myślach fałszywe obrazy otaczającej rzeczywistości.

Informacja jako „łagodna siła” jest wykorzystywana do sterowania otoczeniem – do kierowania innymi ludźmi w pożądanym przez źródło informacji celu. Przykładem negatywnym takiego wykorzystania informacji jest mikrotargeting²⁶⁶, czyli tworzenie na podstawie mediów społecznościowych profili osobowościowych i na ich bazie dostarczanie informacji niejako „uszytych na miarę” dla konkretnych odbiorców²⁶⁷. Choć na wnioski przyjdzie czas później, warto w tym miejscu skonkludować, że skoro informacja jako jest wykorzystywana jako „łagodna siła” to podobny zabieg warto wykorzystać przy ewangelizacji w *social mediach*.

Wpływ informacji jako „łagodnej siły” ma swój wyraźny udział w kształtowaniu społeczeństwa informacyjnego. Dzieje się tak dzięki synergii dwóch czynników: informacji oraz technologii umożliwiającej jej przekazywanie i przechowywanie. Oba czynniki jak już zostało powiedziane, zespolone stanowią pełnię informacyjnego środowiska funkcjonowania człowieka – czyli infokomponent.

²⁶⁶ „Plany regulacji reklamy politycznej w Internecie”, gdpr.pl, 16 marzec 2021, <https://gdpr.pl/plany-regulacji-reklamy-politycznej-w-internecie>.

²⁶⁷ Przykładem takiego działania jest wybuch w 2018 roku afery dotyczącej wyborów prezydenckich w USA i zwycięstwa Donalda Trumpa. Specjaliści stojący za sukcesem kampanii wyborczej Donalda Trumpa w swojej pracy wykorzystali szczegółową wiedzę o 50 milionach obywateli sprofilowanych na podstawie informacji uzyskanych dzięki mechanizmom Facebooka.

Por. R. Gdak, „Kryzys Facebooka brutalnie pokazał, że dyskusje o prywatności w sieci nie mają już żadnego sensu”, spidersweb.pl, b.d., dostęp 22 marzec 2018.;

Ł. Kruczkowski, „Facebook i Cambridge Analytica. O co chodzi w tej aferze?”, komputerświat, 21 marzec 2018, <https://www.komputerświat.pl/artykuly/redakcyjne/facebook-i-cambridge-analytica-o-co-chodzi-w-tej-aferze/9nn7y9k>.

Użycie mikrotargetingu jest także zaprezentowane w książce Remigiusza Mroza *Większość bezwzględna*, por. R. Mróz, *Większość bezwzględna*, t. 2, W kręgach władzy (Poznań, 2017).

2.1.3.3. Informacja jako czynnik kulturotwórczy²⁶⁸

Kultura jako dorobek całej ludzkości, jest interesującym zagadnieniem w aspekcie informacji. Wszystko co człowiek zdołał wytworzyć w procesie swojego rozwoju tudzież ewolucji społeczno-gospodarczej stanowi zbiór faktów kulturowych. Owe fakty można podzielić na materialne i niematerialne. Do pierwszych zalicza się wszelkiego rodzaju wynalazki ułatwiające codzienne życie począwszy od koła, do drugiego zaś język, normy prawne i moralne, idee filozoficzne, prądy artystyczne, wiedza, metody i technologie, sposoby życia, kierunki sztuki, zamiłowania i wiele innych. Funkcja informacji w rozwoju kulturowym sprowadza się do dwóch zagadnień.

- a) Jest tworzywem, które pozwala budować nowe elementy kultury niematerialnej. Te elementy to: nowe pojęcia i terminy wzbogacające język a powstające na bazie eksplorowania informacji; głębsza wiedza na temat istoty i roli informacji; nowe normy i zasady odnośnie do wymiany i używania informacji.
- b) Jest nośnikiem treści kulturowych, umożliwiającym przekazywanie wiedzy i doświadczenia poprzednich pokoleń.

Zastanawiając się nad informacją jako czynnikiem kulturotwórczym nie sposób nie nawiązać do ewolucji, która doprowadziła do ukształtowania współczesnego człowieka. Wspomina o niej Wyrostkiewicz, kiedy mówi o eksplorowaniu informacji jako przyczynie wybuchu trzech rewolucji: kognitywnej, agrarnej i naukowej. Ludzie zmieniali się, ewoluowali, także pod względem kulturowym, pozyskując informację

²⁶⁸ Stefanowicz, *Informacja. wiedza. Mądrość.*, 66:40–42.; B. Stefanowicz, „Siła informacji”, *Zeszyty Naukowe Wydziału Informatycznych Technik Zarządzania Wyższej Szkoły Informatyki Stosowanej i Zarządzania „Współczesne Problemy Zarządzania”*, nr 1 (2014): 85–86.; Stefanowicz, „Społeczne funkcje informacji”, 282–85.

i wykorzystując ją²⁶⁹. Należy więc stwierdzić, że informacja to siła, która zmienia świat, kształtuje go i ukierunkowuje²⁷⁰.

Bazując na powyższej analizie można powiedzieć, że informacja jest nie tylko czynnikiem kulturotwórczym, ale także czynnikiem ewolucyjnym i w tym miejscu jej funkcję można określić łącznie jako ewolucyjno-kulturową. Odpowiada ona bowiem za kształtowanie człowieka jako takiego uwzględniając jego rozwój całościowy, zarówno w wymiarze biologicznym, jak też emocjonalno-społecznym. Informacja jest także narzędziem tworzenia „kultury ewangelicznej”. W tym zakresie jej otoczeniem jest infokomponent z rysem ewangelicznym.

2.1.3.4. Integracyjna funkcja informacji²⁷¹

Człowiek ze swojej natury potrzebuje kontaktu z innymi osobami²⁷². Bywa także, że jest do nich przymuszany poprzez konieczność współdziałania z nimi. W tych właśnie relacjach to informacja jawi się jako czynnik nieodzowny, łączący jednostkę z otoczeniem. Informacja może stawać się czynnikiem integrującym, jeżeli się pojawia i jest przekazywana. Dotyczy to wszelkiego rodzaju rozmów chociażby w rodzinie. Jednocześnie informacja jako czynnik integrujący wykorzystywana jest przy kształtowaniu mody oraz niektórych zachowań społecznych. Przekazywana przez media

²⁶⁹ Wyrostkiewicz, „Infokomponent - nowość w badaniach nad środowiskiem naturalnym osoby ludzkiej”, 2015, 30.

²⁷⁰ Niezbędne także jest wspomnienie o informacji jako zapisie zawartym w genach, determinującym i szczegółowo określającym rozwój każdego organizmu żywego – w tym oczywiście człowieka. Wszystko co żyje zaopatrzone jest w kod, a życie biologiczne jest tak naprawdę eksploatacją tegoż kodu. Uzasadnionym staje się stwierdzenie, że w pewnym momencie ewolucji człowieka to właśnie informacja sprawiła, że ukształtował się człowiek współczesny – Homo Sapiens. Wyrostkiewicz, 29–30.

²⁷¹ Stefanowicz, *Informacja. wiedza. Mądrość.*, 66:42–43.; Stefanowicz, „Społeczne funkcje informacji”, 285–86.

²⁷² Jan Paweł II w encyklice *Fides et ratio* naucza: „Człowiek nie jest stworzony, by żyć samotnie. Rodzi się i dorasta w rodzinie, aby później włączyć się swoją pracą w życie społeczne”. FR 31.

tradycyjne, nowe i społecznościowe może wpływać na zachowania poszczególnych osób w taki sposób by stawały się one ustandaryzowane. Jednocześnie informacja odpowiednio kształtowana może prowadzić do polaryzacji poglądów i zachowań. Dzieje się tak, kiedy za przekaz i kształtowanie informacji odpowiadają nadawcy o aspiracjach i cechach przywódczych dążący do wypromowania swoich poglądów. Jak zauważa Wyrostkiewicz, informacja eksploatowana przez media może stawać się realnym przyczynkiem wspólnoty. Warunkiem koniecznym ku temu jest zgodność z prawdą. Prawda ma bowiem znaczenie kluczowe w budowaniu prawdziwej komunikacji. Dopiero wówczas możliwe jest „poruszenie” jednostek i narodów mające na celu integralny rozwój tychże jednostek oraz całych społeczeństw²⁷³.

Przyglądając się funkcji informacji, czyli jej wpływowi na świat, warto wspomnieć o teorii memów Richarda Dawkinsa²⁷⁴. Twierdzi on, że istnieją pozamaterialne odpowiedniki genów – „cząstek”, w których zaszyfrowane są informacje mające wpływ na człowieka. Mają one niezwykłą zdolność przenoszenia się pomiędzy umysłami ludzkimi. Ich przykładem jest wiele powszechnie używanych słów niezależnie od stosowanego języka²⁷⁵. Dawkins przytacza konkretny przykład i mówi: „Po naszej śmierci pozostają po nas dwie rzeczy: geny i memy. (...) do dziś na świecie ostał się może jeden lub dwa, a może i nie ostał się żaden z genów Sokratesa, ale czy ma to jakiegokolwiek znaczenie? Zestawy memów Sokratesa, Leonarda, Kopernika czy Marconiego wciąż są pełne wigoru”²⁷⁶. Istnienie memów – jeśli przyjąć tę teorię za słuszną – pokazuje po raz kolejny wpływ informacji jako czynnika środowiskowego kształtującego pewne sposoby zachowania. Łączy się to z teorią infokomponentu i socjokomponentu.

²⁷³ Wyrostkiewicz, „Media jako narzędzia integrowania społeczeństwa w refleksji teologicznej”, 147.

²⁷⁴ R. Dawkins, *Samolubny gen*, tłum. M. Skoneczny (Warszawa, 2012).

²⁷⁵ Przykładem może być wyrażenie „OK.” powszechnie znane w całym świecie współczesnym, czy też emotikony – znaki graficzne stosowane w rozmowie pisanej, wyrażające pewne uczucia rozmówców.

²⁷⁶ Dawkins, *Samolubny gen*, 368.

Krótkie spojrzenie na zadania jakie stoją przed informacją jako taką pokazuje jednoznacznie jej ogólną funkcję, czyli „wywieranie wpływu”. Wydaje się, że szczegółowe omawianie konkretnych funkcji bazować może tylko na określonych przykładach. Trzeba także zauważyć, że w wielu aspektach poszczególne funkcje łączą się ze sobą. „Łagodna siła” zawiera się tak naprawdę w funkcji kulturotwórczej czy opiniotwórczej. Dokonując nieznacznych zmian w klasyfikacji Stefanowicza można postulować tezę mówiącą nie o szczegółowych funkcjach informacji, a raczej o jej konkretnym wpływie. Przykładowo można mówić o wpływie sterującym, opiniotwórczym, czy też motywacyjnym. Informacja istniejąca i przekazywana za każdym razem, kiedy jest odbierana odciska swoje piętno na jednostce informowanej. Wpływa na działanie, sposób zachowania, postrzeganie, ale także wpływa na procesy ewolucji. Samo przyswojenie informacji jest wpływaniem na wiedzę odbiorcy – która zostaje poszerzona.

2.1.4. Zagrożenia dla informacji

Informacja – jak wykazano – w znacznym stopniu wpływa na funkcjonowanie a nawet na istnienie wielu elementów codziennej egzystencji człowieka. Od informacji zależy materialność otaczającego świata przyrody, ale także wymiary niematerialne świata człowieka jak chociażby kultura czy światopogląd. Dostęp do informacji i jakość jej przekazywania ma istotny wpływ na funkcjonowanie poszczególnych ludzi, ale też i całych społeczeństw. Eksploatowanie informacji to poddawanie jej szeregowi procesów – pozyskiwaniu przetwarzaniu przechowywaniu i przekazywaniu²⁷⁷. Błędy, które są źródłem zagrożeń dla informacji mogą wystąpić zasadniczo podczas każdego z procesów eksploatacji informacji. W tym miejscu wspomnieć należy o zagrożeniach jakie związane są z przekazywaniem informacji choćby pobieżnie zwracając uwagę na kwestie najbardziej znaczące dla kontekstu tej rozprawy.

²⁷⁷ Wyrostkiewicz, *Internet i (nie)moralność*, 2015, 22–23.

Źródło zagrożeń dla informacji często znajduje się po stronie nadawcy. Tu należy wymienić nade wszystko posługiwanie się informacjami fałszywymi – współcześnie nazywanymi „fake newsami”. Istnienie „globalnej wioski” sprawia, że wszystkie informacje rozprzestrzeniają się w ogromnym tempie. Do niedawna „fake news” był uważany za informację całkowicie nieprawdziwą, wprowadzoną do obiegu medialnego w celu dezinformacji czy żartu. Dziś „fake news” to przeinaczenia, nieprawdziwości czy nadinterpretacje. „Fake newsy” bardzo często wykorzystywane są w świecie polityki czy show biznesu. Niejednokrotnie ich celem i zadaniem jest wytworzenie jakiegoś poglądu czy też zradykalizowanie dotychczas istniejącego²⁷⁸. Przykładów celowego podawania nieprawdziwych informacji można odnaleźć oczywiście więcej. Warto tu nawiązać chociażby do działań wojskowych, które mają wprowadzić w błąd przeciwnika²⁷⁹. Oprócz posługiwania się informacjami całkowicie nieprawdziwymi zagrożeniem jest także stosowanie informacji niepewnych, niesprawdzonych. Przykładem może być używanie przez nadawcę terminów mało lub wcale nieznanymi. Zabieg ten jest stosowany w celu zszokowania rozmówcy lub udowodnienia elokwencji nadawcy. Dotyczy to na przykład zapożyczeń z języka łacińskiego (dawniej), czy języka angielskiego (często dziś przy tworzeniu tekstów dotyczących nowoczesnych technologii)²⁸⁰.

Mówiąc o zagrożeniach dla informacji konieczne jest zauważenie, że niejednokrotnie upośledzenie przekazu powodowane jest jakimś brakiem po stronie odbiorcy. Wymienić tu należy chociażby niską kulturę informacyjną, co skutkuje tym, że popełnia on liczne błędy przy interpretacji informacji. Przeszkodą w poprawnym odbiorze informacji jest także zamknięcie się odbiorcy w zakresie dotychczasowych doświadczeń, założenie swoistych „końskich okularów”, które pomniejszają zakres poznawczy. Wymienić należy także stany emocjonalne odbiorcy niejednokrotnie

²⁷⁸ E. Lalik, „Czym są «fake news» i dlaczego walczymy z nimi dopiero od kilku miesięcy?”, spidersweb.pl, 13 styczeń 2017, <https://spidersweb.pl/2017/01/fake-news.html>.

²⁷⁹ Stefanowicz, „Siła informacji”, 88.

²⁸⁰ Stefanowicz, 88.

deformujące odbiór informacji, czy też złą intencję po stronie adresata – na zasadzie „wiem lepiej”²⁸¹.

2.1.5. Od informacji do mediów

Informacja jako element infokomponentu jawi się jako czynnik o decydującym wpływie na funkcjonowanie człowieka i wielu aspektów świata. Jest przecież czynnikiem składowym tego można już dziś powiedzieć jednego z podstawowych środowisk życia człowieka. Przy swojej niedefiniowalności można mówić nade wszystko o jej właściwościach i funkcjach oraz sposobie oddziaływania. Wpływa ona na materialny wymiar środowiska życia człowieka, ale także na aspekty, które nie podlegają pomiarom empirycznym jak kultura czy światopogląd. Możliwość eksplorowania informacji jawi się jako dobro samo w sobie stanowiące znaczącą wartość, zaś ograniczanie dostępu do informacji przejawia się w środowiskach zniewolenia. Informacja jest więc niezbędnym elementem życia człowieka i jego poprawnego funkcjonowania. W trosce o samą informację należy mieć na uwadze zagrożenia, które mogą powodować, że będzie ona dysfunkcyjna.

Eksplorowanie informacji – jak wykazano wyżej to cel poszukiwań człowieka. Wykorzystywanie jej stanowi konieczny etap aktualizowania potencji zawartych w świecie, ale także dotyczących człowieka²⁸². Człowiek bowiem jako istota rozumna i wolna jest świadomym podmiotem eksploatacji informacji. Człowiek, który wykorzystując możliwości rozumu w duchu wolności poszukuje prawdy, a znalazłszy ją czyni z niej punkt fundament swoich aktywności, ukazuje w ten sposób swoją tożsamość osoby ludzkiej²⁸³.

²⁸¹ Stefanowicz, 89–90.

²⁸² Wyrostkiewicz, *Internet i (nie)moralność*, 2015, 22–26.

²⁸³ „Komunikacja instytucjonalna Kościoła katolickiego. Raport z badań wstępnych zespołu ekspertów Akademii Nowoczesnych Mediów i Komunikacji Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego Jana Pawła II” (Lublin, 2021), 44.

Snując rozważania wokół poszukiwania i przetwarzania informacji warto przywołać wspomniane już działania, które są sposobem jej eksploatacji. Wielu obserwatorów i badaczy wskazuje, że informacja poddawana jest trzem procesom, a mianowicie przetwarzaniu, przechowywaniu i przesyłaniu. W tych działaniach dostrzega się wszystko, co człowiek jest w stanie zrobić z informacją. Biorąc jednak pod uwagę aspekt przedmiotowy obok wspomnianych działań powinno znaleźć się „pozyskiwanie” informacji²⁸⁴. Wyrostkiewicz doprecyzowuje twierdząc, że „dokonana rozbudowa [...] nie polega na prostym dopisaniu jednego wyrażenia do już istniejącej grupy. Jest zaś «rozpisaniem» jednego z nich. Konkretnie chodzi o zastąpienie słowa «przesyłanie» dwoma nowymi: pozyskiwanie i przekazywanie. Rzeczywiście, jest tu mowa o tym samym procesie, który postrzegany z zewnątrz jawi się jako «przejście» danych od nadawcy do odbiorcy”²⁸⁵.

Eksploatowanie informacji podejmowane jest przez człowieka, który chce zachować swoją tożsamość osoby i osiągnąć cel oraz zrealizować sens swojej egzystencji. Korzystanie z informacji, poszukiwanie, stawianie pytań, budowanie sądów i wyrabianie opinii w oparciu o nią to działanie typowo ludzkie – potwierdzające tożsamość człowieka-osoby jako istoty rozumnej i wolnej. Oczywiście nie chodzi tu tylko o poszukiwanie, które ma być zaspokojeniem potrzeby poznawania prawdy. Istotna jest tu ekspresja informacji. Naturalną cechą człowieka jest bowiem zdobycie informacji, ale także przekazywanie jej innym, budowanie, czy wręcz jej modyfikowanie²⁸⁶. W tym miejscu trzeba zauważyć, że treść informacji obok samej aktywności jest czynnikiem realnie oddziaływującym na zmianę eksploratora. Człowiek-osoba, który podejmuje się eksploatacji informacji zmienia się nie tylko dlatego, że świadomie i dobrowolnie podejmuje działanie, ale przede wszystkim dlatego, że wykorzystuje treść informacji. To informacja ze względu na swoją naturę jest początkiem sytuacji osoby, istoty eksploatującej ją. W tym kontekście korzystanie z mediów, które są niezwykle

²⁸⁴ M. Wyrostkiewicz, *Internet i (nie)moralność* (Lublin, 2015), 22.

²⁸⁵ Wyrostkiewicz, 23.

²⁸⁶ „Komunikacja instytucjonalna Kościoła katolickiego. Raport z badań wstępnych zespołu ekspertów Akademii Nowoczesnych Mediów i Komunikacji Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego Jana Pawła II”, 2021, 44.

istotne we współczesnym świecie²⁸⁷, jednocześnie są ważnymi nośnikami informacji, jawi się jako kwestia antropologiczna²⁸⁸.

W opinii Marschalla McLuhana²⁸⁹ media gromadzą informacje oraz przyspieszają ich przepływ. W konsekwencji sama informacja staje się jednym z najbardziej wartościowych towarów, zaś zarządzanie informacją wpływa na przemiany współczesnego świata i człowieka²⁹⁰. Syntetycznie tę prawdę definiują autorzy raportu *Komunikacja instytucjonalna Kościoła Katolickiego*²⁹¹. Piszą oni: „zdobyte informacje mają duże znaczenie dla funkcjonowania człowieka. A w konsekwencji dla jego rozwoju integralnego. Wnioski wypracowane w ramach eksploataowania informacji (zdobyta wiedza) stają się punktami wyjścia dla wszelkiej uświadomionej aktywności. Dobro rozpoznane w procesie «obróbki» informacji staje się celem działającego (*finis operantis*)

²⁸⁷ O wadze i statusie mediów świadczy choćby fakt, że często nazywane są „czwartą władzą”. O tym terminie tak pisze Palczewski: „Czwarta władza» jest w równym stopniu terminem znanym, co nieoczywistym. (...) Thomas Carlyle uznał w roku 1840, że jego autorem jest Edmund Burke, który miał zwrócić się w latach osiemdziesiątych XVIII wieku do dziennikarzy zasiadających w ławach prasowych w parlamencie francuskim ze słowami «wy jesteście czwartą władzą w królestwie». Nie udało się jednak odnaleźć oryginalnych źródeł zaświadczających, że rzeczywiście tak było. W roku 1828 parlamentarzysta angielski Thomas B. Macaulay użył takiego samego określenia «*a fourth estate in the realm*». Odnosiło się ono do prasy, albowiem za trzy pierwsze stany w Anglii uważano króla, Izbę Lordów i Izbę Gmin. W tym samym okresie (1790 – 1840) w Stanach Zjednoczonych prasa była postrzegana jako uzależnienie od partii politycznych i przez nie subsydiowana, zatem była traktowana jako polityczna, a sami wydawcy uznawani byli za polityków. M. Palczewski, „Media jako czwarta władza - mit czy rzeczywistość?”, w *Graszewicz.com Media Komunikacja Kultura*, red. D. Lewiński, K. Stasiuk-Krajewska, i R. Wróblewski (Wrocław, 2017), 351.

²⁸⁸ „Komunikacja instytucjonalna Kościoła katolickiego. Raport z badań wstępnych zespołu ekspertów Akademii Nowoczesnych Mediów i Komunikacji Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego Jana Pawła II”, 2021.

²⁸⁹ Współcześnie uznawany jest za jednego z najwybitniejszych teoretyków komunikowania masowego i środków przekazu.

²⁹⁰ Por. K. Marcyński, *Komunikacja religijna i media* (Kraków, 2016), 26–39.

²⁹¹ „Komunikacja instytucjonalna Kościoła katolickiego. Raport z badań wstępnych zespołu ekspertów Akademii Nowoczesnych Mediów i Komunikacji Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego Jana Pawła II” (Lublin, 2021).

i założonym efektem jego działania (*finis operis*). Analogicznie jest w życiu społecznym: relacje z otoczeniem zależą od posiadanych informacji²⁹². Dlatego jak podkreśla Wyrostkiewicz istotne jest odpowiednie rozpoznanie informacji, właściwe dochodzenia do prawdy i odróżnianie jej od fałszu. W procesie tym, kluczowe jest działanie mediów, które są narzędziami dostarczającymi i „filtrującymi” informację²⁹³.

Przywołując wypowiedź kard. Carlo Martiniego warto powiedzieć, że „media to nie tylko ekran, który się ogląda, radio, którego się słucha. Są media atmosferą, środowiskiem, w którym jest się zanurzonym; ono nas otacza i wchodzi w nas ze wszystkich stron. W tym świecie dźwięków, obrazów, kolorów, impulsów i wibracji tkwimy tak, jak człowiek pierwotny zanurzony był w lesie, jak ryby w wodzie. To jest nasze środowisko, media są nowym sposobem trwania przy życiu [...] Komunikacja staje się coraz bardziej transmisją bodźców, uczestniczeniem w intensywnych wibracjach. I taka kultura, wytwór wibracji emocjonalnych, i dlatego mocno wciągająca – niesie w sobie poważne znaki zapytania, zwłaszcza w przypadku młodego pokolenia. Niebezpieczeństwo polega na spłaszczeniu prawdy o własnych wrażeniach, o własnych przeżyciach, odczuciach²⁹⁴. By lepiej uwypuklić tę myśl warto w tym miejscu jeszcze raz przywołać autorów raportu o komunikacji instytucjonalnej: „media – zgodnie ze swoją nazwą (medium łac. środek) – znajdują się w «środku» pomiędzy poszukującym informacji człowiekiem a rzeczywistością, którą chce on poznać. Stanowią nie tylko

²⁹² „Komunikacja instytucjonalna Kościoła katolickiego. Raport z badań wstępnych zespołu ekspertów Akademii Nowoczesnych Mediów i Komunikacji Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego Jana Pawła II”, 2021, 45.

²⁹³ M. Wyrostkiewicz, „Infoethics - a New Tren in the Science”, *Journal of Vasyl Stefanyk Precarpathian National University* 3, nr 2–3 (2016): 32–38.

²⁹⁴ M. Martini, *Rozmowy z moim telewizorem. Spotkanie Kościoła ze światem mass mediów*, tłum. W. Pawłowski (Kraków, 1998), cyt. za: W. Kawecki, *Zobaczyć wiarę. Studium obrazu przestrzennego jako komunikacja wiary z perspektywy teologii kultury i teologii mediów* (Kraków, 2013), 76–77.

proste źródło informacji, ale też swoiste «filtry». To w jaki sposób człowiek postrzega rzeczywistość w dużej mierze zależy właśnie od przekazu medialnego”²⁹⁵.

Należy przyznać, że media są najważniejszym narzędziem komunikacji – eksploatacji informacji – jednocześnie są czynnikiem, który w zdecydowanym stopniu wpływa na kształtowanie ludzkich postaw. To dzięki mediom „Ziemia staje się globalną wioską, a cyrkulacja idei i zdobyczy naukowo-technicznych jest dziś tak szybka i sprawna, jak nigdy wcześniej w dziejach ludzkości. Za sprawą mediów do ludzi na całym świecie niemal natychmiast docierają wieści o najważniejszych wydarzeniach politycznych, kulturalnych, naukowych, sportowych, ekonomicznych czy religijnych. Bez wychodzenia z domu można śledzić bieżącą sytuację w kraju i zagranicą, a także dowiadywać się o rozmaitych osiągnięciach naukowych, technicznych czy artystycznych”²⁹⁶.

Media jawią się jako ważne narzędzie w kreowaniu wizerunku, także wizerunku instytucji²⁹⁷. Związane jest to z wzrastającą potrzebą przynależności do grupy, przez którą można się wyróżnić, podkreślić swoją osobowość. Społeczności oparte o zainteresowanie daną marką (swego rodzaju marką jest instytucja kreująca swój wizerunek w mediach – zwłaszcza w Internecie) rozwijają się z łatwością. Aktywny udział w takiej społeczności dostępny jest właściwie dla każdego. Komunikacja pomiędzy członkami takiej grupy współcześnie jest bezpośrednia oraz intuicyjna i może odbywać się o dowolnej porze. Konsekwencją działań opartych o *social media*

²⁹⁵ „Komunikacja instytucjonalna Kościoła katolickiego. Raport z badań wstępnych zespołu ekspertów Akademii Nowoczesnych Mediów i Komunikacji Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego Jana Pawła II”, 2021, 45.

²⁹⁶ M. Murzyn, „Prawo do prawdziwej informacji jako następstwo osobowego charakteru bytu ludzkiego”, w *Mass media we współczesnym świecie*, red. V. Tanaś i W. Welskop (Łódź, 2019), 85.

²⁹⁷ „Komunikacja instytucjonalna Kościoła katolickiego. Raport z badań wstępnych zespołu ekspertów Akademii Nowoczesnych Mediów i Komunikacji Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego Jana Pawła II”, 2021, 45.

*marketing*²⁹⁸ oraz *tribal marketing*²⁹⁹ jest powstawanie tzw. *brand communities* – społeczności skupionej wokół danej marki - instytucji³⁰⁰. Właściwe wykorzystanie mediów, zwłaszcza *social mediów*, w procesie przekazywania i wykorzystywania informacji jest nieocenione. Sprzyja zdobywaniu i utrzymaniu miejsca instytucji – marki w świadomości ludzi oraz w życiu społecznym. Ta zasada dotyczy także Kościoła, który jest jedną z instytucji społecznych. W ten sposób postrzegany Kościół jest podmiotem działań informacyjno-komunikacyjnych³⁰¹.

Eksploatowanie informacji przez media związane jest więc z oddziaływaniem na odbiorcę. Odbiorcą może być pojedyncza osoba, ale także całe społeczeństwa. Media, czy też szerzej środki masowego przekazu kształtują społeczeństwa, a także pełnią istotną rolę w funkcjonowaniu systemów społecznych³⁰². To oddziaływanie pokazuje siłę informacji i jej zadania, które zostały już wcześniej omówione.

²⁹⁸ *Social Media Marketing* – pojęcie to dotyczy promocji za pośrednictwem mediów społecznościowych, celem jest zwiększenie ruchu oraz konwersji. SMM opiera się m.in. o prowadzenie profili, z których notki odwiedzający będą udostępniać u siebie, a także publikację atrakcyjnych zdjęć bądź „ciekawostek” dotyczących branży, w której się działa. Ważne będzie również odpowiednie otagowanie zamieszczanych materiałów. Niezastąpionym narzędziem w promocji za pośrednictwem portali społecznościowych są też różnego rodzaju konkursy, w których klienci mogą np. wymyślić nowe hasło reklamowe dla firmy. Dzięki temu po części stają się oni współtwórcami jej sukcesu i bardziej się z nią identyfikują. „SMM (*Social Media Marketing*)”, marketingwsieci.pl, dostęp 21 czerwiec 2021, <https://marketingwsieci.pl/slownik-e-marketingu/smm-social-media-marketing/>.

²⁹⁹ Strategia budowania subkultury wokół produktu lub marki „Tribal Marketing”, [computerworld.pl](https://www.computerworld.pl), dostęp 21 czerwiec 2021, <https://www.computerworld.pl/slownik/termin/50453/Tribal-Marketing.html>.

³⁰⁰ M. Grębosz, D. Siuda, i G. Szymański, *Social media marketing* (Łódź: Wydawnictwo Politechniki Łódzkiej, 2016), 52.

³⁰¹ „Komunikacja instytucjonalna Kościoła katolickiego. Raport z badań wstępnych zespołu ekspertów Akademii Nowoczesnych Mediów i Komunikacji Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego Jana Pawła II”, 2021, 45.

³⁰² B. Kicior, „Po co nam media – po co my mediom? Funkcje i oddziaływanie mediów masowych w społeczeństwie”, *Konteksty Społeczne* 6, nr 1 (11) (2018): 62.

2.1.6. Wspólnototwórcza rola informacji

Powiedziane już zostało, że infokomponent to naturalne środowisko funkcjonowania osoby, na które składają się części informacyjne i informatyczne. Kluczową więc rolę, jeśli chodzi o definiowanie infokomponentu odgrywa informacja. Należy jednak oddzielić pojęcie informacji od pojęcia komunikacji. Komunikacja jest bowiem rodzajem eksploatacji informacji. Jest więc nie tylko przekazaniem odpowiednio zakodowanej informacji³⁰³ zwieńczonej sprzężeniem zwrotnym, ale bardziej faktem społecznym, który zbliża działające podmioty³⁰⁴. Należy stwierdzić, że komunikacja „jest procesem całościowym i odzwierciedla jakość relacji obu partnerów. Komunikat spełnia swe zadanie, gdy staje się elementem komunitotwórczym, co w istocie oznacza, że zanim zacznie on wywierać wpływ na odbiorcę, musi w nadawcy rodzić się z pragnienia komunii”³⁰⁵. Nietrudno dostrzec różnicę pomiędzy komunikacją a przekazem informacji. Akcentuje ją Nagórny wskazując, że „o ile komunikacja ma charakter personalistyczny i tworzy relacje o charakterze międzyosobowym, o tyle przekaz informacji ma charakter jednostronny i nie tworzy relacji, z których wywodzi się wspólnota”³⁰⁶. Dążąc do konkluzji można stwierdzić, że „w komunikacji chodzi o stworzenie wspólnoty pomiędzy komunikującymi się osobami. Tworzenie wspólnoty, to istota tego procesu. Utożsamianie go, zaś z prostym przekazem informacji jest

³⁰³ Choć komunikacja nie ogranicza się tylko do przekazu odpowiednio zakodowanej informacji, co zostało powiedziane wyżej, to jednak nadawca komunikatu, którego ze względu na charakter dysertacji można nazwać ewangelizatorem, nadaje swojemu komunikatowi postać językową. By dokonać tego prawidłowo musi wziąć pod uwagę, na ile dany kod jest znany odbiorcom. Oni bowiem muszą samodzielnie dany komunikat odkodować, czyli odtworzyć jego treść. R. Kowalski, „Ewangelizować skutecznie: psychologia komunikacji w służbie ewangelizacji”, *Studia Salvatoriana Polonica*, nr 4 (2010): 76–77.

³⁰⁴ Wyrostkiewicz, *Internet i (nie)moralność*, 2015, 29.

³⁰⁵ A. Derdziuk, „Komunikacja w służbie komunii”, *Roczniki Teologii Moralnej* 3 (2001): 207–8.

³⁰⁶ J. Nagórny, „Społeczeństwo informacyjne. Zagrożenie dla integralności osoby?”, *Ethos. Kwartalnik Instytutu Jana Pawła II KUL* 18, nr 1-2 (69-70) (2005): 369.

błędem”³⁰⁷. Różnicę można dostrzec, kiedy spojrzysz nie tyle na aspekt przedmiotowy, co bardziej podmiotowy. Komunikacja, gdy rozpatrywana jest z perspektywy podmiotowej staje się działaniem przynależnym osobom rozumnym i wolnym, zmierzającym do współdziałania i wzajemnego udzielania się³⁰⁸. W tym kontekście należy za Wyrostkiewiczem zaznaczyć, że każdy uczestnik komunikacji staje się jej kreatorem, ma on bezpośredni wpływ na jej zaistnienie i ostateczny efekt³⁰⁹. Można więc stwierdzić, że komunikacja to „proces porozumiewania się osób, w czasie, którego dokonuje się nie tylko przekaz informacji, ale także przekaz samej osoby komunikującej treść informacji. Wzajemna wymiana prowadzi do nawiązania relacji i współdziałania oraz wspólnoty osób”³¹⁰. W kontekście ewangelizacji należy zaznaczyć, że ewangelizator powinien dokonać próby poznania przekonań, postaw i wartości osoby, do której chce dotrzeć z orędziem Dobrej Nowiny. Konieczne jest więc zdobycie wiedzy jak ci, do których adresowany jest przekaz reagują na pewne poglądy i jakie są ich indywidualne preferencje i osądy, co uważają za ważne, a co jest dla nich całkowicie bezwartościowe. Jest to niezbędne, jeżeli ewangelizator chce podjąć właściwy proces porozumiewania się z osobą ewangelizowaną³¹¹.

Z perspektywy teologii i eklezjologii najważniejsza jest osoba biorąca udział w komunikacji; ona stanowi centrum i podstawowy przedmiot procesu komunikacji; ona należy do treści komunikatu³¹². Można więc powiedzieć, że człowiek-osoba nie jest tylko

³⁰⁷ Wyrostkiewicz, *Internet i (nie)moralność*, 2015, 30.

³⁰⁸ Por. Wyrostkiewicz, 30–31.

³⁰⁹ M. Wyrostkiewicz, „Sztuka komunikacji - eksploracje infoetyczne”, w *Pulchrum et communicatio: księga jubileuszowa profesora Karola Klauzy*, red. A. Wójciszyn-Wasil i in. (Lublin: Wydawnictwo KUL, 2018), 168.

³¹⁰ T. Reroń, „Komunikacja społeczna”, w *Jan Paweł II. Encyklopedia nauczania moralnego*, red. J. Nagórny i K. Jeżyna (Radom, 2005), 264.

³¹¹ R. Kowalski, „Using the five-milestone formula in the process of preparing homilies and sermons”, *Kultura-Media-Teologia*, nr 41 (2020): 201.

³¹² Wyrostkiewicz, *Internet i (nie)moralność*, 2015, 30.

istotą relacyjną, jest także istotą komunikującą³¹³. Stąd synonimem komunikacji nie jest przekaz informacji, co raczej używane w teologii pastoralnej pojęcie dialogu³¹⁴. Podsumowując można powiedzieć, że „w ramach komunikacji dochodzi do zawiązania rzeczywistej wspólnoty osób, która jest naturalnym i niezbędnym narzędziem weryfikowania prawdziwości informacji, co pozwala zacieśnić relacje pomiędzy osobami komunikującymi. Tak rozumiana komunikacja jawi się jako realizacja naturalnych dla osoby ludzkiej potrzeb obcowania z prawdą i z drugą osobą”³¹⁵. Komunikacja, rozumiana w ten sposób jawi się jako wyraz naturalnego imperatywu, potrzeby człowieka-osoby by żyć we wspólnocie³¹⁶. Porozumienie, które w tej sytuacji jawi się jako potrzeba „zakotwiczona ontycznie” w człowieku-osobie jest tym, co pozwala tę naturalną potrzebę zrealizować³¹⁷. To porozumienie będące efektem komunikacji jak zauważa Wyrostkiewicz jest koniecznym początkiem każdej wspólnoty osób, która stanowi nieodzowną do rozwoju integralnego część środowiska naturalnego osoby ludzkiej³¹⁸.

2.1.7. Społeczeństwo informacyjne jako wspólnota osób

Słuszne jest twierdzenie, że komunikacja jest rzeczywistością wspólnototwórczą. Stanowi ona cel ludzkich wysiłków. Jest oczywistym i koniecznym walorem bytowania

³¹³ M. Wyrostkiewicz, „Czym jest prawdziwa wspólnota osób i jak o nią zabiegać?”, *Katecheta* 59, nr 2 (2015): 71.

³¹⁴ P. Goliszek, „Dialog jako personalistyczne medium wychowania”, w *Człowiek - kultura - rodzina a Internet*, red. R. Podpora (Lublin: Gaudium, 2007), 111–27.

³¹⁵ Wyrostkiewicz, *Internet i (nie)moralność*, 2015, 31.

³¹⁶ Wyrostkiewicz, *Ekologia ludzka. osoba i jej środowisko z perspektywy teologicznomoralnej*, 143.

³¹⁷ J. Kulig, *Posłannictwo twórców przekazu medialnego w świetle nauczania Jana Pawła II* (Lublin: Wydawnictwo KUL, 2010), 62.

³¹⁸ Por. Wyrostkiewicz, „Czym jest prawdziwa wspólnota osób i jak o nią zabiegać?”, 71; Wyrostkiewicz, *Internet i (nie)moralność*, 2015, 30.

dla człowieka-osoby, czyli istoty, określanej nieraz mianem *Homo communicans*³¹⁹. W nawiązaniu do tego określenia stwierdzić należy za Nagórnym, że człowiek-osoba spełnia się nie tylko poprzez proste budowanie i podtrzymanie relacji, ale także poprzez komunikację³²⁰.

Komunikacja, komunikowanie są fundamentami życia społecznego³²¹. Idąc za definicją *Słownika języka polskiego* można powiedzieć, że komunikowanie się, to utrzymywanie z kimś kontaktu, kontaktowanie się, porozumiewanie się, udzielanie się otoczeniu³²². W ten sposób patrząc można dojść do wniosku, że dzięki komunikacji tworzy się społeczeństwo informacyjne, w której funkcjonuje człowiek-osoba, będący eksploratorem informacji. Owo społeczeństwo informacyjne to typ społeczeństwa, sposób funkcjonowania, zespół wartości, etap rozwoju w społeczeństwie³²³.

Niektórzy badacze wskazują, że pojęcie społeczeństwa informacyjnego wywodzi się już z prac ekonomisty Fritza Machlupa z lat 1950-tych³²⁴. Innych źródeł upatruje Golka, który wskazuje, że termin ten prawdopodobnie po raz pierwszy zaproponował Japończyk Tadeo Umesao, spopularyzował je zaś Kenichi Koyama, a do badań zastosował Yuji Maruda. Przywołuje on także twierdzenie, że historia społeczeństwa informacyjnego zaczęła się na dobre w 1979 r., kiedy to Narodowa Akademia Nauk USA opublikowała raport, w którym sygnalizowała nadejście nowej cywilizacji informacyjnej opartej na rozwoju technik cyfrowych³²⁵.

³¹⁹ J. Smoleń, „Homo communicans”, *Vox Patrum*, 28, 52, nr 2 (2008): 965–73.

³²⁰ J. Nagórny, „Społeczeństwo informacyjne. Zagrożenia dla integralności osoby?”, *Ethos. Kwartalnik Instytutu Jana Pawła II KUL* 18, nr 1-2 (69-70) (2005): 369–73.

³²¹ T. Goban-Klas i P. Sienkiewicz, *Społeczeństwo informacyjne: Szanse, zagrożenia, wyzwania* (Kraków: Wydawnictwo Fundacji Postępu Telekomunikacji, 1999), 9.

³²² W. Doroszewski, „komunikować się”, w *Słownik Języka Polskiego PWN*, dostęp 10 marzec 2022, <https://sjp.pwn.pl/doroszewski/komunikowac-sie;5441386.html>.

³²³ Wyrostkiewicz, *Internet i (nie)moralność*, 2015, 52.

³²⁴ Goban-Klas i Sienkiewicz, *Społeczeństwo informacyjne: Szanse, zagrożenia, wyzwania*, 52.

³²⁵ M. Golka, „Czym jest społeczeństwo informacyjne?”, *Ruch prawniczy, ekonomiczny i socjologiczny*, rok LXVII, 4 (2005): 253.

O ile Goban-Klas i Sienkiewicz przytaczają definicję społeczeństwa informacyjnego w ujęciu ekonomicznym³²⁶, to dziś należy patrzeć na to środowisko funkcjonowania człowieka w dużo szerszej perspektywie. Syntetycznie społeczeństwo informacyjne ujmuje Nagórny. Píše on: „Istnieje wiele różnych określeń całościowo ujmujących istotne elementy tej rzeczywistości [tj. Społeczeństwa informacyjnego], która tworzy się w wyniku szerokiego wykorzystania nowych technik informacyjnych, jako skutek ich wpływu na życie społeczne. [...] Powtarza się w nich stwierdzenie, że warunkiem tworzenia się społeczeństwa informacyjnego jest powszechna dostępność do najnowszych technologii gromadzenia i przekazywania informacji oraz wpływu tych technologii na organizacyjno-prawne i społeczno-ekonomiczne zmiany w zakresie funkcjonowania społeczeństwa. [...] W opisach społeczeństwa informacyjnego znacznie rzadziej uwzględnia się te aspekty przemian społecznych, które odnoszą się wprost do człowieka i jego integralnego rozwoju, a prawie zupełnie pomija się odniesienie tych przemian do obiektywnego porządku moralnego [...]. Wprawdzie postuluje się, aby społeczeństwo informacyjne było zorientowane na «interes obywateli», ale już samo to formułowanie wskazuje, że postulaty te nie mają na względzie dobra człowieka i jego integralnego rozwoju, lecz tylko jego dobre funkcjonowanie w strukturach społecznych”³²⁷.

Analizując różne aspekty społeczeństwa informacyjnego i różne sposoby patrzenia na to środowisko można dostrzec, że często mówiąc o tejże przestrzeni funkcjonowania człowieka-osoby podkreśla się jego „informacyjność”, zapominając o tym, że najpierw musi być ono prawdziwym społeczeństwem, które należy rozumieć jako wspólnotę osób. Urzeczywistnianie tej wspólnoty powinno być przecież podstawowym celem działań tych, którzy mają wpływ na kształt tego społeczeństwa³²⁸. Istotne jest to by „tworzyć, rzeczywistą wspólnotę, a nie sieć międzyosobową, a nawet międzyosobową-międzyrzeczową. Chodzi o to, aby w społeczeństwie informacyjnym

³²⁶ Golka, „Czym jest społeczeństwo informacyjne?”

³²⁷ Nagórny, „Społeczeństwo informacyjne. Zagrożenia dla integralności osoby?”, 366–68.

³²⁸ Nagórny, *Posłannictwo chrześcijan w świecie*, 1 Świat i wspólnota: 174–88.

jego «wspólnotowość» była przed «informacyjnością». Dopiero wówczas będzie ono rzeczywistym wsparciem dla rozwoju integralnego osoby ludzkiej»³²⁹.

Należy za Wyrostkiewiczem podkreślić, że rzeczywista wspólnota osób oprócz uporządkowanej struktury, grupy osób „nadających na tych samych falach”, korzystających wzajemnie z takiego układu, musi być przede wszystkim istniejącą rzeczywistością zakładaną i chcianą na poziomie moralnym. Kluczowa jest więc tu wola i rozumność podmiotów działających należących do wspólnoty. Aby więc społeczeństwo informacyjne funkcjonowało jako wspólnota osób musi dawać możliwość korzystania z wolności i rozumności. W ten sposób można dojść do konkluzji, że „wspólnotowość” jakiegoś społeczeństwa oznacza wcześniejsze przyjęcie prawdy o potrzebach i możliwościach człowieka-osoby. Przy czym konieczna jest pełna wiedza o potrzebach człowieka³³⁰. Pominięcie tych prawd może prowadzić do błędów, które będą czynić z człowieka-osoby tylko elementy systemu informacyjno-informatycznego³³¹. Wymownie powiedział o tym zagrożeniu Wyrostkiewicz: „niebezpieczeństwem, którego w tym kontekście, nie można nie dostrzec jest fakt, że informacja niejednokrotnie widziana jest jako rzeczywistość niezależna, od obiektywnie przyjętych wartości i ich hierarchii. Uwidacznia się to np. w takich sytuacjach, kiedy w imię prawa do informowania oraz prawa do uzyskiwania informacji, przekazywane są nie tylko informacje niepotrzebne, ale też takie, które łamią prawa drugiej osoby do tajemnicy, do intymności, albo wręcz godzą w jej godność. Ponadto potencjalni odbiorcy informacji są niejako atakowani tego rodzaju treściami. Informacja staje się więc swoistym idolem, a jej przekazywanie ma niemalże charakter celebracji. Z drugiej zaś strony jest czymś, co się narzuca i od czego wyzwolić się niezmiernie trudno. W tym miejscu wyraźnie uwidacznia się to, co można nazwać «terroryzmem informacyjnym»”³³². Wyrostkiewicz

³²⁹ Wyrostkiewicz, *Internet i (nie)moralność*, 2015, 55.

³³⁰ Wyrostkiewicz, 55–56.

³³¹ M. Wyrostkiewicz, „W sieci niebezpieczeństw. Kilka uwag na temat Internetu”, w *W poszukiwaniu nowych metod katechetycznych*, red. H. Słotwińska (Lublin: Wydawnictwo KUL, 2006), 312–14.

³³² Wyrostkiewicz, 314.

zauważa także obok „władzy informacji” „władzę informatyki”. Chodzi tu o odpowiedni dostęp do urządzeń umożliwiających pozyskiwanie informacji. Osoby, które z różnych względów nie korzystają w sposób szeroki z Internetu spychani są na margines życia społecznego i traktowani jako jednostki gorsze. Dzieje się tak zarówno w sferach życia politycznego, biznesowego, ale także prywatnego³³³. Problem ten uwidocznił się jeszcze mocniej w okresie epidemii koronawirusa, gdzie część osób niemających dostępu do Internetu stała się „niewidzialna” dla urzędów czy szkół. Konieczność wysyłania maili, logowanie się i rejestrowanie chociażby na stronach medycznych wykluczyła przykładowo osoby starsze, które na co dzień nie korzystają ze zdobyczy techniki³³⁴.

2.1.8. Internet jako środowisko funkcjonowania społeczeństwa informacyjnego

Mówiąc o komunikacji, która staje się motorem sprawczym formowania społeczeństwa informacyjnego, oraz zwracając uwagę na potrzebę akcentowania ujęcia personalistycznego w tej żywej przestrzeni funkcjonowania człowieka-osoby należy także powiedzieć o samym Internecie i jego możliwościach. To właśnie tutaj dokonuje się komunikacja międzyosobowa, to tutaj zostały położone podwaliny społeczeństwa informacyjnego, to tutaj to społeczeństwo wciąż oddziałuje na pojedyncze jednostki ludzkie.

Skutki rewolucji technologicznej widoczne są już dzisiaj. Znaczący na to wpływ miało pojawienie się Internetu i ułatwienie do niego dostępu szerokiemu gronu odbiorców. Sieć jest postrzegana jako medium masowej komunikacji i masowego

³³³ Wyrostkiewicz, 314.

³³⁴ A. Sieńko, „Nie masz Internetu, jesteś niewidzialny. Seniorzy, dzieci bez komputerów, osoby z niepełnosprawnościami - po prostu zniknęli”, spidersweb.pl, 15 październik 2020, <https://spidersweb.pl/plus/2020/06/wykluczenie-cyfrowe-internet-seniorzy-uczniowie>.

przekazu³³⁵. Henry Jenkins współczesną rzeczywistość telekomunikacyjno-medialną charakteryzuje za pomocą zasady „5C”. Można w niej znaleźć następujące faktory: społeczność (*community*); zawartość (*content*); komunikację (*communication*); handel, biznes (*commerce*); oraz konwergencję, przenikanie się, współuczestniczenie przekazów i treści (*convergence*)³³⁶.

Internet, w swojej naturze pozwala na swobodny dostęp do treści – informacji. Chodzi tu o przywoływane już pozyskiwanie, przetwarzanie, przechowywanie i przekazywanie³³⁷. Warto zauważyć wpływ Sieci na gospodarkę, która została zoptymalizowana pod kątem potrzeb klienta i oczekiwań konsumentów. Należy zauważyć także, że Internet stał się przestrzenią edukacji, pracy i narzędziem uczestnictwa w życiu społecznym³³⁸ – co jest przedmiotem zainteresowania niniejszej dysertacji. Internet „ma ogromny wpływ na promocję twórczości, wiedzy i kultury, skutecznił gromadzenie danych, pomógł je zintegrować, zgromadzić, udostępnić i przetwarzać. Dane, które wcześniej były jedynie fragmentaryczne i rozproszone, dzisiaj są uporządkowane, scalone z możliwością dostępu właściwie z każdego miejsca na świecie. [...] Zastosowanie Internetu w codzienności, w takich dziedzinach, jak bezpieczeństwo, bankowość i finanse, aż po bardzo szeroko pojętą rozrywkę, sport, kulturę, sztukę czy wreszcie działalność duszpasterską, stało się pewnego rodzaju standardem usprawniającym działanie człowieka w społeczeństwie”³³⁹.

³³⁵ Umiński, *Diecezjalne www w Polsce a nowa ewangelizacja. Poszukiwania teologiczno-medioznawcze.*, 2017, 79.

³³⁶ H. Jenkins, *Kultura konwergencji: zderzenie starych i nowych mediów* (Warszawa, 2007), 9.

³³⁷ Wyrostkiewicz, *Internet i (nie)moralność*, 2015, 13; Umiński, *Diecezjalne www w Polsce a nowa ewangelizacja. Poszukiwania teologiczno-medioznawcze.*, 2017, 79–80.

³³⁸ Umiński, *Diecezjalne www w Polsce a nowa ewangelizacja. Poszukiwania teologiczno-medioznawcze.*, 2017, 80.

³³⁹ Umiński, 80.

2.1.9. Funkcjonowanie w zmediatyzowanym świecie

Mówiąc o funkcjonowaniu człowieka-osoby w zmediatyzowanym świecie należy podkreślić relację pomiędzy człowiekiem-osobą i informacją. Owa relacja powinna być ekologiczna, tzn. mówiąc za Wyrostkiewiczem: „zgodna z naturalnością: z obiektywnym stanem i obiektywną hierarchią wartości. Nieekologiczne przeakcentowanie znaczenia informacji jawi się jako przyczyna rozkładu społecznego i regresu osobistego tych osób, które są tym dotknięte”³⁴⁰. Należy mieć na uwadze fakt, że społeczeństwo informacyjne może nieść ze sobą pewne zagrożenia. Oczywiście „stawianie pytania o ewentualne zagrożenia [...] nie musi oznaczać negatywnego nastawienia do aktualnych przemian społeczno-kulturowych. Świadczy raczej o tym, że ukazanie etycznych aspektów funkcjonowania społeczeństwa informacyjnego nie służy jedynie teoretycznym rozważaniom, lecz profetycznemu, pełnemu roztropności przewidywaniu przyszłych zagrożeń, by – w duchu odpowiedzialności – próbować im przeciwdziałać”³⁴¹.

W tym kontekście należy podjąć zagadnienie idei tzw. „wolności Internetu”. Badania Wyrostkiewicza pokazują, że wspomniana idea, która godzi się na szukanie drogi rozwoju człowieka „po omacku”, albo w oparciu o instynkt (często jest to instynkt interesu) jawi się jako przeszkoda, czy nawet zagrożenie w tym rozwoju. Jak podkreśla autor badań niewłaściwe rozpoznanie sposobu funkcjonowania Sieci jest przyczyną różnych problemów. Obejmuje to kwestie zarówno natury technicznej jak i te, które dotyczą funkcjonalności i realizowania przez Sieć celu, któremu z natury swojej ma służyć. Zamiast przyczyniać się do wszechstronnego rozwoju – cywilizacyjnego, kulturowego czy społecznego i osobistego, niepotrzebnie staje się celem wielu działań albo ich niewłaściwie wykorzystanym narzędziem. Przez te wynaturzenia staje się oczywistą przeszkodą w osiągnięciu kolejnych faz rozwojowych tego, kto tychże czynności dokonuje. Za Wyrostkiewiczem należy stwierdzić, że „wolność Internetu” nie może być rozumiana jako odrzucenie zasad. Służą one bowiem człowiekowi pozwalając mu żyć jak najbardziej ekologicznie, tzn. zgodnie z własną naturą. Umożliwiają także właściwie,

³⁴⁰ Wyrostkiewicz, *Internet i (nie)moralność*, 2015, 59.

³⁴¹ Nagórny, „Społeczeństwo informacyjne. Zagrożenia dla integralności osoby?”, 365.

ekologicznie funkcjonować w relacji do szeroko rozumianego środowiska naturalnego. Reasumując w Internecie obowiązują zasady funkcjonowania. Dzięki nim sama Sieć, ale przede wszystkim internauta zachowuje swoją tożsamość, czyli może podejmować właściwe działania prowadzące do rozwoju integralnego³⁴².

Biorąc pod uwagę różne możliwości i sposoby korzystania z Internetu można powiedzieć o tzw. „wykluczeniu cyfrowym”. Pojęcie to nawiązuje do terminu wykluczenia społecznego” rozumianego jako brak dostępu do określonych dóbr niezbędnych do normalnego funkcjonowania w społeczeństwie³⁴³.

Wykluczenie społeczne jest terminem stosunkowo młodym i dotyczącym zróżnicowanych obszarów życia społecznego. W pierwszej połowie XX wieku posługiwano się w tym kontekście raczej określeniem marginalizacja/margines. Dotyczy ona zarówno jednostek, jak też grup społecznych. W lepszym zrozumieniu tego terminu należy wskazać jego trzy istotne elementy: „wystąpienie sytuacji wykluczającej, będącej splotem wydarzeń, czynników bądź warunków wykluczających, zaistnienie jednostki wykluczonej, a więc osoby lub grupy znajdującej się w sytuacji wykluczającej i wreszcie społeczne funkcjonowanie, które dotyczy możliwości korzystania z zasobów publicznych i zapewnienia sobie godnej egzystencji”³⁴⁴.

Skupiając się na pewnym wycinku wykluczenia społecznego warto uściślić, wykluczenie cyfrowe jako marginalizację części społeczeństwa nieposiadającego z różnych względów dostępu do nowoczesnych technologii cyfrowych jak komputer czy Internet³⁴⁵. W opracowaniu Biura Analiz Kancelarii Senatu zwraca się uwagę,

³⁴² M. Wyrostkiewicz, „«Wolność internetu» a rozwój integralny osoby ludzkiej – eksploracje infoetyczne”, *Śląskie Studia Historyczno-Teologiczne* 50, nr 1 (2017): 172–73.

³⁴³ A. Stawicka, „Wykluczenie cyfrowe w Polsce”, *Opracowania tematyczne* (Warszawa: Kancelaria Senatu. Biuro analiz i dokumentacji. Zespół Analiz i Opracowań Tematycznych, 2015), 3, https://www.senat.gov.pl/gfx/senat/pl/senatopracowania/133/plik/ot-637_internet.pdf.

³⁴⁴ J. Kujawski, „Wykluczenie cyfrowe jako forma wykluczenia społecznego. Przypadek Polski”, *Media i społeczeństwo. Medioznawstwo. Komunikologia. Semiologia. Socjologia mediów. Media a pedagogika*, nr 9 (2018): 253.

³⁴⁵ D. Bednarczyk, *Przeciwdziałanie cyfrowemu wykluczeniu (e-integracja) w Polsce* (Warszawa, 2014), 1.

że pośród przyczyn „wykluczenia cyfrowego” w Polsce na pierwszym miejscu pojawia się brak potrzeby korzystania z Internetu, później nieposiadanie umiejętności cyfrowych, utrata poczucia prywatności, względy bezpieczeństwa, ale także brak dostępu do technologii, czy chociażby niepełnosprawność. Czynniki te dzielone są na dwie grupy przyczyn wykluczenia: technologiczne oraz psychologiczne³⁴⁶. Należy więc wykluczenie cyfrowe rozumieć nie tylko jako brak dostępu do zdobyczy techniki, ale także jako nieumiejętność lub brak motywacji do korzystania z nich wraz z wszelkimi tego konsekwencjami dotyczącymi życia społecznego, partycypacji w kulturze, szans na rynku pracy etc.³⁴⁷. Omawiane wykluczenie cyfrowe powoduje ogromne nierówności pomiędzy korzystającymi i niekorzystającymi z dobrodziejstw technologii. Zjawisko niekorzystania z Internetu określane jest za Manuelem Castellsem mianem cyfrowego podziału (Digital divide)³⁴⁸.

Słuszne jest stwierdzenie, że życie w społeczeństwie informacyjnym domaga się sporej czujności w zakresie eksploataowania informacji. Jej pierwszym wyrazem jest troska o prawdę³⁴⁹. Owa prawda w odniesieniu do założeń i funkcjonowania społeczeństwa informacyjnego oznacza przede wszystkim konieczność uznania osoby ludzkiej za „ogniskową”³⁵⁰. Drugą koniecznością jest potrzeba odwoływania się do integralnej koncepcji osoby ludzkiej³⁵¹.

³⁴⁶ Stawicka, „Wykluczenie cyfrowe w Polsce”, 5.

³⁴⁷ Kujawski, „Wykluczenie cyfrowe jako forma wykluczenia społecznego. Przypadek Polski”, 254.

³⁴⁸ D. Batorski, „Podstawy społeczeństwa informacyjnego w Polsce”, w *Wymiary życia społecznego. Polska na przełomie XX i XXI wieku*, red. M. Marody (Warszawa, 2009), 469; Kujawski, „Wykluczenie cyfrowe jako forma wykluczenia społecznego. Przypadek Polski”, 254.

³⁴⁹ Wyrostkiewicz, *Internet i (nie)moralność*, 2015, 59.

³⁵⁰ T. Zasępa, „Osoba ludzka ogniskową społeczeństwa informacyjnego”, *Ethos. Kwartalnik Instytutu Jana Pawła II KUL* 18, nr 1-2 (69-70) (2005): 426–29.

³⁵¹ Nagórny, „Społeczeństwo informacyjne. Zagrożenia dla integralności osoby?”, 369–73.

2.2. Media w życiu świata, człowieka i Kościoła

Sobór Watykański II w *Dekrecie i środkach społecznego przekazu* naucza: „Spośród podziwu godnych wynalazków techniki, które geniusz ludzki z pomocą Bożą w naszych zwłaszcza czasach odkrył w rzeczach stworzonych, Kościół Matka przyjmuje i śledzi ze szczególną troską te, które odnoszą się przede wszystkim do ducha ludzkiego, a które odsłoniły nowe drogi do przekazywania z największą łatwością wszelkiego rodzaju wiadomości, myśli i wskazań. Wśród wynalazków tych najdonioślejsze są urządzenia, które z natury swej zdolne są osiągnąć i poruszyć nie tylko jednostki, lecz także całe zbiorowości i całą społeczność ludzką, jak: prasa, kinematografia, radiofonia, telewizja i inne tym podobne. Dlatego można słusznie nazwać je środkami przekazu społecznego”³⁵². Wspomniane środki *Encyklopedia PWN* nazywa środkami masowego przekazu³⁵³. Encyklopedia definiuje je jako „urządzenia i instytucje, za pomocą których przesyłane są treści do bardzo licznej i zróżnicowanej publiczności; prasa, radio, telewizja, także film (kino), książki (popularne), nagrania muzyczne (płyty, kasety) oraz tzw. nowe media: magnetowid, odtwarzacz DVD, nagrania filmowe (kasety, DVD), telegazeta, telewizja satelitarna, kablowa, gry komputerowe, Internet (komputer)”³⁵⁴.

Wachlarz środków przekazu jest zdecydowanie szerszy w ujęciu prezentowanym przez Encyklopedię, co związane jest z dynamicznym rozwojem technologii. Dla jasności w niniejszej części dysertacji zostanie omówiona w sposób syntetyczny historia powstania mediów, które wspomniane zostały przez Sobór, a które można nazwać mediami tradycyjnymi. Ze względu na fakt, że Internet a zwłaszcza *social media* stoją w centrum zainteresowania niniejszego opracowania, historia ich powstania zostanie szerzej omówiona w kolejnych częściach pracy.

³⁵² DSP, 1.

³⁵³ M. Pęczak, „Środki masowego przekazu”, w *Encyklopedia PWN*, dostęp 25 czerwiec 2021, <https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/srodki-masowego-przekazu;3984263.html>.

³⁵⁴ Pęczak.

2.2.1. Zarys historii mediów

Encyklopedia PWN wskazuje, że decydującym wyróżnikiem środków masowego przekazu jest ich globalny zasięg. „Treści przekazywane przez środki masowego przekazu mają charakter publiczny (są kierowane do wszystkich, których mogą interesować) i są odbierane masowo. O masowym charakterze każdego środka decyduje nie jego wprowadzenie, a upowszechnienie, możliwe tylko dzięki wysokiemu poziomowi techniki i technologii, zapewniającemu tanią produkcję nośników informacji (drukowanych, wizualnych, dźwiękowych i audiowizualnych); dla rozwoju środków masowego przekazu są ponadto istotne rozwiązania ekonomiczne oraz poziom społeczny edukacji”³⁵⁵. Takie ujęcie pozwala właściwie spojrzeć na rozwijające się media – środki masowego przekazu.

2.2.1.1. Prasa

Sięgając do historii prasy spotkać można wiele opinii rozbieżnych dotyczących jej początku. W tym miejscu autor nie chce podejmować syntezy a jedynie przedstawić zebrane informacje.

Prasa w węższym rozumieniu oznacza według Pisarka „ogół zespołowo redagowanych druków periodycznych, wydawanych nie rzadziej niż raz w roku, a charakteryzujących się znaczną aktualnością treści, wszechstronnością tematyki, publiczną dostępnością oraz anonimowością i różnorodnością czytelników”³⁵⁶. Do tego pojmowania prasy przychyła się większość definicji, według których „termin *prasa* obejmuje tylko wytwory drukowe (dzienniki i czasopisma), zachowujące określoną formułę wydawniczą i częstotliwość ukazywania się. W takim znaczeniu, jako prasa

³⁵⁵ Pęczak.

³⁵⁶ W. Pisarek, *Wstęp do nauki o komunikowaniu* (Warszawa, 2008), 122.

sensu stricto, pojęcie to jest stosowane w języku potocznym i tak rozumie je tzw. przeciętny konsument mediów³⁵⁷.

Według badaczy „tradycyjnie za pierwowzór prasy uznaje się rzymskie *Acta Diurna* lub/i gazety wydawane od VI w. na dworze chińskich cesarzy. Sięgając jeszcze głębiej w przeszłość, wymienia się wydawaną ok. 1450 r. przed Chr. egipską gazetę urzędową³⁵⁸. Wspomniane dzieła zdecydowanie odbiegały od współcześnie znanego modelu prasy. Stąd niektórzy badacze dzieje prasy rozpoczynają od narodzin gazet europejskich³⁵⁹.

O narodzeniu prasy zdecydował cały szereg czynników, zaś sam proces jej powstawania rozciągnięty był w czasie. Jego początków można doszukiwać się w średniowieczu, a zakończenie tego okresu przypada mniej więcej na połowę XVII stulecia. Swój wpływ wywarły tu idee renesansu, odkrycia geograficzne, reformacja oraz wojny. Do czynników wpływających na rozwój prasy badacze zaliczają także wzrost tendencji centralistycznych w Europie, rozkwit handlu, internacjonalizację wymiany towarowej, rozwój dużych miast i powstanie ośrodków handlowych o zasięgu kontynentalnym³⁶⁰.

Właściwy okres historii prasy w Europie, jak zauważa Adamski, poprzedzony był czasem tzw. gazet pisanych. Pierwotnie teksty w prasie poświęcone były tematom kupieckim, z czasem pojawiały się relacje o najważniejszych wydarzeniach. Wydawanie periodyków zmieniało się od okazjonalnych do regularnych i trwałych form. Momentem kluczowym w rozwoju prasy było wynalezienie druku. Co prawda od wydania pierwszej drukowanej książki do pierwszych drukowanych gazet minęło 200 lat, to i tak osiągnęły

³⁵⁷ W. Sonczyk, „Wątpliwości związane z definicją normatywną pojęcia «prasa»”, *Media, Kultura, Społeczeństwo*, nr 1 (3) (2008): 46.

³⁵⁸ A. Adamski, *Media w analogowym i cyfrowym świecie. Wpływ cyfrowej rewolucji na rekonfigurację komunikacji społecznej* (Warszawa, 2012), 205.

³⁵⁹ Adamski, 205.

³⁶⁰ Z. Bajka, *Historia mediów* (Kraków, 2008), 91–93.

one wielką siłą oddziaływania, ograniczaną jedynie częstotliwością ukazywania się prasy³⁶¹.

Pierwsze dzienniki pojawiły się w drugiej połowie XVII w. O prasie codziennej z prawdziwego zdarzenia można zaś mówić dopiero w momencie pojawienia się prasy masowej na przełomie XIX i XX wieku³⁶².

W powszechnym rozumieniu „złoty wiek prasy” to wiek XIX. To wtedy nakłady prasy wzrosły lawinowo z kilkuset do nawet miliona egzemplarzy. Oferta prasy znacząco się zwiększyła poszerzając jednocześnie grono swoich odbiorców. Pojawiły się gazety, popularne dzienniki popołudniowe, wykształcił się również zawód dziennikarza³⁶³.

W diecezji zamojsko-lubaczowskiej wydawany jest Tygodnik Katolicki *Niedziela* wraz z edycją diecezjalną. O piśmie tym mówi były redaktor naczelny edycji diecezjalnej: „pismo to dociera do każdej parafii naszej diecezji przekazując to, co dzieje się zarówno na świecie, w Watykanie, Polsce, jak też w miejscowej i sąsiedniej wspólnocie parafialnej. Przekazuje informacje z życia Kościoła lokalnego i regionu, o których nie przeczytamy w innych czasopismach”³⁶⁴. Szerszy zarys historii zamojsko-lubaczowskiej edycji *Niedzieli* można znaleźć w *Księdze Pamiątkowej*³⁶⁵ z okazji 90. rocznicy powstania *Niedzieli*. Pierwszy numer *Niedzieli Zamojsko-Lubaczowskiej* ukazał się w lipcu 1998 roku. Regularne ukazywanie rozpoczęło się 4 października 1998 roku. Publikowane w zamojskiej edycji artykuły można podzielić na te, które przedstawiają wydarzenia przeszłości, jak i te, które dotyczą trudnych

³⁶¹ Adamski, *Media w analogowym i cyfrowym świecie. Wpływ cyfrowej rewolucji na rekonfigurację komunikacji społecznej*, 206.

³⁶² J. Mikułowski Pomorski, *Zmieniający się świat mediów* (Kraków, 2008), 226–27.

³⁶³ Adamski, *Media w analogowym i cyfrowym świecie. Wpływ cyfrowej rewolucji na rekonfigurację komunikacji społecznej*, 207.

³⁶⁴ K. Bordzań, „Słowo ks. Krystiana Bordzania dyrektora Katolickiego Radia Zamość i redaktora zamojsko-lubaczowskiej edycji Tygodnika *Niedziela* na Dzień Środków Społecznego Przekazu, obchodzony w Polsce 20 września 2015 r.”, *Zamojski Informator Diecezjalny XXIV*, nr 3 (2015): 535–36.

³⁶⁵ L. Dudkiewicz i K. Woynarowska, red., *Dla nieba i dla chleba: księga pamiątkowa: 90. rocznica powstania Tygodnika Katolickiego „Niedziela” 1926-2016*, Wydanie I, Biblioteka „Niedzieli”, tom 351 (Częstochowa: Tygodnik Katolicki „Niedziela”, 2017).

aspektów czasów współczesnych. Wiele tekstów posiada charakter historyczny, patriotyczny czy rocznicowy. Edycja zamojsko-lubaczowska *Niedzieli* obok funkcji informacyjnej pełni rolę „diecezjalnego kronikarza”³⁶⁶.

2.2.1.2. Kinematografia – film

Badając historię kina należy sięgnąć do roku 1877, kiedy Hannibal Goodwin opatentował taśmę celuloidową. Dzięki temu wynalazkowi Louis Le Prince nagrał przy użyciu skonstruowanej przez siebie kamery krótką scenę. Ta krótka scena uważana jest za pierwszy zarejestrowany film. W 1891 roku Thomas Alva Edison zbudował kinetoskop – aparat pozwalający na utrwalanie ruchomych scen. 14 kwietnia 1894 odbył się pierwszy publiczny pokaz jego wynalazku. Mankamentem tego urządzenia był fakt, że umożliwiało ono oglądanie filmu tylko jednej osobie, która musiała zerkać do środka przez specjalny wizjer. Niemniej uważa się to za początek kina³⁶⁷.

Prawdziwą rewolucją okazał się kinematograf, który w 1895 roku opatentowali bracia Lumière. Urządzenie zaprezentowane przez braci umożliwiało z jednej strony rejestrację obrazu, z drugiej zaś po wprowadzeniu kilku modyfikacji ich wyświetlanie. Istotne jest także to, że obraz mógł być wyświetlany na ekranie. 28 grudnia w Salonie Indyjskim Grand Cafe w Paryżu odbył się pierwszy w historii płatny pokaz, w trakcie

³⁶⁶ K. Hawro, „Niedziela Zamojsko-Lubaczowska”, w *Dla nieba i dla chleba: księga pamiątkowa: 90. rocznica powstania Tygodnika Katolickiego „Niedziela” 1926-2016*, red. L. Dudkiewicz i K. Woynarowska, Wydanie I, Biblioteka „Niedzieli”, tom 351 (Częstochowa: Tygodnik Katolicki „Niedziela”, 2017), 395.

³⁶⁷ „Historia filmu w pigułce. Jak i kiedy powstały pierwsze filmy?”, focus.pl, 19 listopad 2020, <https://www.focus.pl/artykul/historia-filmu-jak-i-kiedy-powstaly-pierwsze-filmy-jakie-sa-najlepsze-ciekawostki-z-historii-kina>.

którego wyświetlono kilka krótkich produkcji, w tym: *Śniadanie, Wjazd pociągu na stację La Ciotat, Wyjście robotnic z fabryki w Lyonie czy Polewacz polany*³⁶⁸.

Internetowa Encyklopedia PWN podaje, że „następny krok w kierunku rozwoju sztuki filmowej zrobił Francuz G. Méliès, który jako pierwszy twórca stworzył widowisko filmowe, a więc specjalnie odegrane opowiadanie z fabułą. Również jako pierwszy G. Méliès zaczął w swoich filmach intrygować akcją dramatyczną, wprowadził trick, złudzenie (*400 diabelskich żartów*, 1906). Był także twórcą gatunku określanego później jako film fantastyczny lub science fiction (*Podróż na księżyc*, 1902, *Zdobycie bieguny*, 1912). Méliès był także pierwszym na świecie, który stworzył wytwórnię produkującą filmy — Star Film”³⁶⁹. Dotychczasowe treści dotyczyły kina niemego. Pierwszy film, o którym można powiedzieć, że przemówił był *Śpiewak jazzbandu* w reżyserii Alana Croslanda z 1927 roku³⁷⁰. Dalszy rozwój technologii prowadził do rozwoju kinematografii aż do czasów współczesnych.

Na terenie diecezji zamojsko-lubaczowskiej od 1995 roku organizowany jest przegląd filmów religijnych *Międzynarodowe Dni Filmu Religijnego „Sacrofilm”*. Na stronie *Sacrofilmu* można przeczytać, że jego fundamentem jest „nauczanie św. Jana Pawła II o wzajemnym poszanowaniu pomiędzy przedstawicielami różnych kultur oraz dialog między religiami monoteistycznymi - judaizmem, chrześcijaństwem i islamem. [...] Podczas *Sacrofilmu* wyświetlane są filmy fabularne i dokumentalne, które podejmują szeroko pojętą tematykę religijną, metafizyczną i egzystencjalną”³⁷¹. Zaznaczyć należy, że organizatorem przeglądu nie jest diecezja a Centrum Kultury Stylowy oraz parafia rzymskokatolicka w Dyniskach. Biskup diecezjalny objął patronat honorowy nad wydarzeniem.

³⁶⁸ „Historia filmu w pigułce. Jak i kiedy powstały pierwsze filmy?”, focus.pl, 19 listopad 2020, <https://www.focus.pl/artykul/historia-filmu-jak-i-kiedy-powstaly-pierwsze-filmy-jakie-sa-najlepsze-ciekawostki-z-historii-kina>.

³⁶⁹ S. Zygmunt, „Film w XX wieku”, w *Encyklopedia PWN*, dostęp 27 czerwiec 2021, <https://encyklopedia.pwn.pl/materialy-dodatkowe/haslo/Film-w-XX-wieku;448857.html>.

³⁷⁰ „Historia filmu w pigułce. Jak i kiedy powstały pierwsze filmy?”, 19 listopad 2020.

³⁷¹ „Międzynarodowe Dni Filmu Religijnego Sacrofilm”, sacrofilm.pl, dostęp 7 marzec 2022, <http://sacrofilm.pl/page/sacrofilm/>.

2.2.1.3. Radio

Historii powstania i początków radia niełatwo opisać kilkoma zdaniami. Trudno jest bowiem udzielić jednoznacznej odpowiedzi na pytanie, który moment należy uznać za początek radia, podobnie jak trudno jest jednoznacznie wskazać właściwego wynalazcę radia. Choć wydaje się to kwestią umowną to wielu naukowców mówiąc o początkach radia wskazuje na próby Marconiego³⁷². Jak podaje *Internetowa Encyklopedia PWN* Marconi w 1894 „zbudował aparaturę do bezprzewodowego przesyłania i odbierania fal elektromagnetycznych, 1899 przesłał sygnał drogą radiową przez cieśninę La Manche, a 1901 przez Ocean Atlantycki”³⁷³.

Dalszy rozwój radia był dość dynamiczny. W 1906 roku kanadyjski profesor Reginald A. Fessenden jako pierwszy nadał audycję radiową w Brant Rock w stanie Massachusetts. Audycja ta była odbierana w promieniu 9 km od nadajnika. W Europie transmisja radiowa dokonała się dwa lata później w Paryżu, przy pomocy nadajnika umieszczonego na wieży Eiffla³⁷⁴. W 1914 r. została uruchomiona pierwsza próbna rozgłośnia w Belgii³⁷⁵.

Człowiekiem, któremu świat zawdzięcza dynamiczny rozwój radia był David Sarnoff, późniejszy prezes *Radio Corporation of America*. Bajka mówi o nim tak: „był człowiekiem z wizją, wierzył, że radia mogą słuchać miliony i może być zyskownym przedsięwzięciem. Mówił *radio music box*, wierzył, że na dostarczaniu Amerykanom informacji, rozrywki i muzyki można zrobić świetny interes. W pionierskich czasach twierdził z całym przekonaniem, że radio może być w każdym amerykańskim domu.

³⁷² Adamski, *Media w analogowym i cyfrowym świecie. Wpływ cyfrowej rewolucji na rekonfigurację komunikacji społecznej*, 264–66.

³⁷³ „Radio”, w *Encyklopedia PWN*, dostęp 27 czerwiec 2021, <https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/radio;3965394.html>.

³⁷⁴ Bajka, *Historia mediów*, 189; Adamski, *Media w analogowym i cyfrowym świecie. Wpływ cyfrowej rewolucji na rekonfigurację komunikacji społecznej*, 266.

³⁷⁵ Adamski, *Media w analogowym i cyfrowym świecie. Wpływ cyfrowej rewolucji na rekonfigurację komunikacji społecznej*, 266.

Jakże inaczej myślał, niż Bell, który wymyśliwszy telefon uznawał go raczej za *zabawkę*, niż coś, co przyda się w przyszłości każdemu wręcz człowiekowi na ziemi”³⁷⁶.

Na terenie diecezji zamojsko-lubaczowskiej od 1998 roku działa Katolickie Radio Zamość. O radiu tym mówił biskup Marian Rojek: „Na naszym terenie [...] działają media diecezjalne takie jak: Katolickie Radio Zamość [...]. Jako biskup diecezjalny bardzo cieszę się z tego, że nasze zamojsko-lubaczowskie media w skuteczny sposób ewangelizują, edukują, informują i budują właściwą relację pomiędzy Bogiem a człowiekiem, oraz wzbogacają wzajemne międzyludzkie odniesienia. Pierwszą audycję wyemitowano 25 marca 1998 roku. W ciągu tych minionych lat rozgłośnia ugruntowała swoją pozycję w eterze, zyskała grono wiernych słuchaczy i ciągle polepsza swoje zaplecze techniczne. [...] Katolickie Radio Zamość, jako jedyne lokalne radio, emituje audycje i programy adresowane do wszystkich grup wiekowych i pozyskuje nowych słuchaczy różnorodnością tematów oraz ciekawych propozycji”³⁷⁷. Można powiedzieć, że tę myśl biskupa diecezjalnego podjął i rozwinął dyrektor Katolickiego Radia Zamość – ks. Sylwester Zwolak, który tak mówił o zamojsko-lubaczowskiej rozgłośni: „Głównym celem i zadaniem naszego radia jest ewangelizacja, czyli głoszenie Dobrej Nowiny. Realizujemy to dzieło poprzez cykl audycji, spotkań radiowych czy transmisję uroczystości kościelnych z różnych miejsc naszej diecezji. Oprócz wymiaru ewangelizacyjnego radio podejmuje również problematykę społeczną, gospodarczą, ekologiczną czy edukacyjną. Współpracujemy z wieloma ministerstwami, urzędami, samorządami, służbami i szkołami, realizując wspólnie wiele projektów – wszystko w służbie człowiekowi. [...] Jako Katolickie Radio Zamość docieramy z Dobrą Nowiną do dzieci, młodzieży, ludzi w podeszłym wieku, chorych i cierpiących”³⁷⁸.

³⁷⁶ Bajka, *Historia mediów*, 190.

³⁷⁷ M. Rojek, „Słowo Biskupa Diecezjalnego Mariana Rojka z racji obchodów Światowego Dnia Środków Społecznego Przekazu”, *Zamojski Informator Diecezjalny XXV*, nr 3 (2016): 574–75.

³⁷⁸ S. Zwolak, „Katolickie Radio Zamość w służbie ewangelizacji”, *Diecezjalny Informator Katechetyczny 2020/2021*, nr 11 (2020): 49–50.

2.2.1.4. Telewizja

Historia powstania telewizji, jak zauważa Adamski, podobnie jak historia powstania radia, jest „burzliwa i pełna przygód oraz niespodziewanych zwrotów akcji”³⁷⁹. Za początek ściśle naukowych badań, których efektem było powstanie telewizji uważa się odkrycie tzw. efektu fotoelektrycznego przez Irlandczyka Josepha Maya w roku 1873³⁸⁰. Trzydzieści lat wcześniej – w 1843 – Aleksander Bayn zaprezentował ideę transmisji na odległość ruchomych obrazów, fotografii i rysunków³⁸¹. Jednakże stwierdzić należy, że rozwój telewizji związany jest przede wszystkim z rozwojem elektroniki. Zwoliński tak pisze o tym pryncypium: „Powstawanie obrazu telewizyjnego opiera się na systemach telekomunikacyjnych powiązanych z całą naziemną infrastrukturą nadawczo--przebiegnikowo-odbiorczą, a później także satelitarną. W procesie tym uczestniczy szereg elementów składowych: od kamer telewizyjnych po teleodbiorniki”³⁸².

Pierwsze telewizje powstały w Stanach Zjednoczonych (1928), ZSRR (1931), Francji (1932), Niemczech (1935), Wielkiej Brytanii (1936)³⁸³. Początkowo telewizja była bardzo drogim i ekskluzywnym medium. Jak zauważa Zwoliński „Posiadanie odbiornika świadczyło o dostatku i było wskaźnikiem prestiżu. Dopiero rozwój elektroniki umożliwił potanie teleodbiorników, co umożliwiło zwiększenie liczby widzów i demokratyzację odbiorców”³⁸⁴. W Polsce pierwsze próby związane z telewizją

³⁷⁹ Adamski, *Media w analogowym i cyfrowym świecie. Wpływ cyfrowej rewolucji na rekonfigurację komunikacji społecznej*, 269.

³⁸⁰ Bajka, *Historia mediów*, 248.

³⁸¹ T. Goban-Klas, *Zarys historii i rozwoju mediów. Od malowideł naskalnych do multimedii* (Kraków, 2001), 41.

³⁸² A. Zwoliński, *Obraz w relacjach społecznych* (Kraków, 2003), 248.

³⁸³ Z. Bajka, „Media w rozwoju historycznym”, w *Słownik wiedzy o mediach*, red. E. Chudziński (Warszawa-Bielsko Biała, 2007), 38.

³⁸⁴ Zwoliński, *Obraz w relacjach społecznych*, 249.

odbyły się już w 1937 roku³⁸⁵. Po wojnie kontynuowano rozpoczęte prace i 25 października 1952 roku o godz. 19.00 w Warszawie odbyła się pierwsza doświadczalna transmisja telewizyjna. Program telewizyjny zaczęto nadawać regularnie, choć tylko raz w tygodniu, od 23 stycznia 1953 roku³⁸⁶.

W diecezji zamojsko-lubaczowskiej nie funkcjonuje żaden kanał telewizyjny prowadzony przez organa diecezjalne. Pewną namiastkę stanowić może kanał w serwisie YT³⁸⁷ o czym będzie mowa w dalszej części pracy podczas analizy materiału medialnego.

2.2.2. Magisterium Kościoła powszechnego o mediach

Kościół od dawna bacznie przyglądał się rozwojowi mediów, bo przecież rzeczywistość mediów to dla Kościoła wyzwanie i szansa. Jednakże jak zauważa arcybiskup Depo „stosunek Kościoła do nowo powstających mediów ewoluował od postaw obojętnych i nieufnych, poprzez krytyczną i ostrożną akceptację, do coraz większego zainteresowania i zaangażowania się po stronie nowoczesnych technik społecznego komunikowania jako narzędzi i sposobów ewangelizacji współczesnego świata - zatem nie był od zawsze jednoznaczny”³⁸⁸. Klementowicz podkreśla, że Kościół wraz z rozwojem mediów odkrywał ich możliwości zwłaszcza na

³⁸⁵ Bajka, *Historia mediów*, 199.

³⁸⁶ J. Maziarski, „Telewizja w czasach PRL 1952-1989”, w *Media w Polsce w XX wieku*, red. R. Gluza (Poznań, 1999), 168–69.

³⁸⁷ Diecezja Zamojsko-Lubaczowska, „Diecezja Zamojsko-Lubaczowska”, YouTube, dostęp 14 marzec 2022, <https://www.youtube.com/c/zamlub>.

³⁸⁸ W. Depo, „Środki społecznego przekazu - nowa ambona Kościoła”, 2013, https://opoka.org.pl/biblioteka/W/WE/depo/niedziela201303_media.html.

polu porozumiewania się i przekazywania myśli ze szczególnym wskazaniem na potencjał edukacyjny świata komunikacji społecznej i masowej³⁸⁹.

Owo przyglądanie się Kościoła rozwojowi technologii i mediów skutkowało wieloma wypowiedziami o środkach społecznego przekazu. W tym miejscu warto przywołać słowa papieża Franciszka, który mówi co prawda o Internecie, ale można jego słowa odnieść do wszelkiego rodzaju mediów. Papież podkreśla: „Odkąd dostępny był Internet, Kościół zawsze starał się promować jego użycie w służbie spotkania między osobami i solidarności między wszystkimi”³⁹⁰. Należy zauważyć, że *Dekret o środkach społecznego przekazywania myśli (Inter mirifica)*, powstały podczas Soboru Watykańskiego II podpisał papież Paweł VI już w 1963 r. Dokument ten był pierwszym w historii soborów poświęcony mediom³⁹¹. W dekrete soborowym można przeczytać między innymi: „Matka Kościół ma świadomość, iż o ile te środki zostaną wykorzystane w sposób właściwy, mogą przynieść rodzajowi ludzkiemu skuteczną pomoc, ponieważ służą odprężeniu i bardzo się przyczyniają do kształcenia umysłów oraz do rozszerzania i umacniania królestwa Bożego”³⁹² oraz w kolejnym punkcie: „Kościół katolicki został ustanowiony przez Chrystusa Pana, aby nieść zbawienie wszystkim ludziom i z tego względu zobowiązany jest do głoszenia Ewangelii, dlatego uznaje on, że do jego obowiązków należy głoszenie orędzia zbawienia, również za pomocą środków społecznego przekazu”³⁹³.

³⁸⁹ M. Klementowicz, „Edukacyjne zadania mediów w świetle wypowiedzi Benedykta XVI”, w *Media w edukacji: obszary lokalności - różnorodność współczesności*, red. A. Roguska (Siedlce, 2013), 268.

³⁹⁰ Franciszek, „Orędzie na 53. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. «Wszyscy tworzymy jedno» (Ef 4, 25). Od wirtualnych wspólnot społecznościowych do wspólnot ludzkich”, 2019, http://www.vatican.va/content/francesco/pl/messages/communications/documents/papa-francesco_20190124_messaggio-comunicazioni-sociali.html.

³⁹¹ P. Bojko, „Media i komunikacja w orędziach papieskich na Światowe Dni Środków Społecznego Przekazu (2011-2016)”, *Nauczyciel i Szkoła* 4, nr 64 (2017): 54.

³⁹² IM, 2.

³⁹³ IM, 3.

Analizując treść *Dekretu Inter mirifica* nie trudno dostrzec wielką troskę ojców soborowych o dzieło ewangelizacji w świecie współczesnym, a jednocześnie otwartość umysłu na możliwości jakie niosą ze sobą media. Widać to zwłaszcza w podkreśleniu, że o ile media używane są w sposób moralny, mogą przynieść wiele korzyści człowiekowi, zaś samo informowanie człowieka jest dobrem³⁹⁴. Wspomniana troska wyrażała się także w zobowiązaniu biskupów do starania o media, w kontekście ich rozwoju oraz prawidłowym odbiorze³⁹⁵.

Owocem Soboru Watykańskiego II był także Dzień Środków Społecznego Przekazu. W dokumencie soborowym można przeczytać: „W celu skuteczniejszego umacniania różnorodnych form apostołstwa w zakresie środków społecznego przekazu, zgodnie z postanowieniem biskupów, należy ustanowić we wszystkich diecezjach świata dzień, w którym każdego roku wierni będą pouczeni o swoich obowiązkach pod tym względem, zachęceni do zanoszenia w tej intencji modlitw i do składania na ten cel ofiar, które winny być przeznaczane na organizowanie i utrzymywanie instytucji i przedsięwzięć, popieranych na tym polu przez Kościół, stosownie do potrzeb świata katolickiego”³⁹⁶. Po raz pierwszy dzień ten był obchodzony na polecenie papieża Pawła VI w niedzielę 7 maja 1967 r. Z tej okazji papież wygłosił także orędzie, co stało się swego rodzaju tradycją do dziś³⁹⁷.

Orędzia na kolejne Światowe Dni Środków Społecznego Przekazu zwracają uwagę na konieczność podjęcia ewangelizacji i katechizacji wykorzystującej rozwój nowych technologii. Należy zauważyć, że w orędziach kolejnych papieży przebija się zrozumienie dla rozwoju technologii i potrzeby jej obecności w dziele ewangelizacji. Wspomniane coraz większe zainteresowanie mediami pokazują nowsze dokumenty

³⁹⁴ Por. IM, 5, 12.

³⁹⁵ „Zadaniem zaś biskupów będzie czuwanie nad tego rodzaju działaniami i przedsięwzięciami we własnych diecezjach oraz ich popieranie, a także, o ile odnoszą się do apostołstwa publicznego, koordynowanie”. IM, 20.

³⁹⁶ IM, 18.

³⁹⁷ Paweł VI, „Orędzie na 1. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. Środki społecznego przekazu ważnymi elementami cywilizacji”, 1967, <https://www.paulus.org.pl/266,1-sdssp-pawel-vi-1967>.

Kościola. Poniżej autor przedstawi niektóre wypowiedzi magisterium Kościoła dotyczące mediów tradycyjnych i nowych.

2.2.2.1. Kościół wobec prasy

Wraz z rozwojem prasy pojawiły się pierwsze wypowiedzi Kościoła jej dotyczące. I tak Grzegorz XVI ogłosił 1832 r. encyklikę *Mirari vos*, w której między innymi potępia rozpowszechnianie w prasie doktryn zwalczających naukę Kościoła³⁹⁸. Jego następca, Pius IX, w 1849 r. e encyklice *Nostis et nobiscum* krytykuje prasę szkodliwą i złą³⁹⁹ przy jednoczesnym zaleceniu wydawania dobrej prasy⁴⁰⁰. W 1850 r. w Rzymie zaczęło ukazywać się pierwsze czasopismo katolickie *La Civiltà Cattolica*, a jedenaście lat później, w 1861 r. drugie – jako oficjalny organ Stolicy Apostolskiej – *L'Osservatore Romano*⁴⁰¹. Ojciec święty Leon XIII w 1882 r. w encyklice *Etsi nos* wzywa i zachęca do rozwijania prasy katolickiej⁴⁰².

Zadanie dla prasy wskazują ojcowie soborowi, gdy nauczają: „przede wszystkim należy popierać dobrą prasę. Aby przepoić czytelników duchem w pełni chrześcijańskim, powinno się tworzyć i popierać prasę prawdziwie katolicką, wspieraną przez Kościół [...]. Jej celem powinno być kształtowanie, umacnianie i popieranie opinii publicznej zgodnie z prawem naturalnym, naukami i wskazaniem katolickimi, a także upowszechnianie i wyjaśnianie wydarzeń dotyczących życia Kościoła”⁴⁰³.

³⁹⁸ MV, 15.

³⁹⁹ NeN, 14.

⁴⁰⁰ NeN, 15.

⁴⁰¹ Depo, „Środki społecznego przekazu - nowa ambona Kościoła”, 2013.

⁴⁰² EtN, 17.

⁴⁰³ DSP, 14.

2.2.2.2. Kościół wobec kinematografii

Jak zaznacza biskup Depo, „gdy zaczęły pojawiać się filmy gorszące, Kościół zareagował ich potępieniem. [...] Jednocześnie dostrzegł nową szansę dla działalności ewangelizacyjnej poprzez produkcję dobrych i religijnych filmów”⁴⁰⁴. Wartość kina w wychowaniu dostrzegł papież Pius XI w encyklice *Divini illius Magistri* z 1929 roku. Papież mówi, że kino właściwie używane mogłoby przysłużyć się chrześcijańskiemu wychowaniu i oświacie⁴⁰⁵. W encyklice *Vigilanti cura* z 1936 roku papież Pius XII rozwija swoje myśli dotyczące kina. Podkreśla fakt, że stało się ono dostępne dla szerokiego grona odbiorców i traktuje się je jako popularną formę rozrywki dostępnej nie tylko dla bogatych, ale wszystkich klas społeczeństwa. Jednocześnie zauważa papież, że kino stało się znaczącym czynnikiem oddziaływania na społeczeństwo⁴⁰⁶. W tym kontekście papież pisze: „nie ma człowieka, który by nie wiedział jaką szkodę dla duszy stanowią złe filmy. Są one okazją do grzechu; [...] Z drugiej strony dobre filmy są w stanie wywierać głęboko moralny wpływ na widzów. [...] są one w stanie rozbudzić szlachetne ideały życia, udostępnić cenne pojęcia, pogłębić znajomość historii i piękna kraju rodzinnego oraz innych krajów, przedstawić prawdę i cnotę w sposób atrakcyjny, umożliwić lub przynajmniej ułatwić zrozumienie pomiędzy narodami, klasami społecznymi i rasami, stać się szermierzem sprawiedliwości, natchnąć nowym życiem wymagania cnoty, a wreszcie stać się cennym wkładem w fundamenty prawdziwego porządku społecznego na świecie”⁴⁰⁷.

Pierwszą encykliką, w której obszernie i wyczerpująco została przedstawiona doktryna Kościoła o filmie wydał papież Pius XII w 1957 zatytułowaną *Miranda prorsus*. Papież naucza w niej między innymi: „Film, który wszedł w życie niespełna sześćdziesiąt lat temu, należy dziś zaliczyć do najważniejszych środków przekazywania myśli

⁴⁰⁴ W. Depo, „Środki społecznego przekazu - nowa ambona Kościoła”, 2013, https://opoka.org.pl/biblioteka/W/WE/depo/niedziela201303_media.html.

⁴⁰⁵ DiM, 81–82.

⁴⁰⁶ VC, 9–10.

⁴⁰⁷ VC, 10–11.

i zdobyczy naszych czasów. O różnych fazach jego rozwoju i urzekającej sile mieliśmy już wielokrotnie sposobność wypowiadać się. Na skutek rozpowszechniania się filmu, a zwłaszcza filmu fabularnego, rozwinął się wielki przemysł, z którym współpracują nie tylko artyści, technicy, ale i inni specjaliści oraz zespoły przemysłowe, gdyż pojedyncze osoby nie mogły sprostać tak poważnemu i skomplikowanemu zadaniu. Dlatego też, aby sztuka filmowa mogła stać się pożytecznym środkiem, dzięki któremu ludzie kształciłiby się, rozwijali i stawali się naprawdę lepszymi, potrzeba by wszyscy ci, o których wyżej była mowa, i każdy z nich z osobna, ożywieni nie tylko dobrą wolą, ale i dobrze wyrobionym sumieniem, współpracowali przy wytwarzaniu i rozprowadzaniu wartościowych filmów. Tym wszystkim, którzy są zainteresowani sztuką filmową nieraz już przedstawialiśmy powagę sytuacji, napominając ich, by zabiegali przede wszystkim o filmy tak podniosłe i piękne, aby mogły spełniać obowiązek zdrowego wychowania”⁴⁰⁸.

W *Dekrecie o Środkach Społecznego* przekazu ojcowi soborowi nauczają o filmach: „Wszelkimi skutecznymi środkami należy wspierać i zabezpieczyć produkcję oraz rozpowszechnianie filmów, zwłaszcza przeznaczonych dla młodzieży, które służą godziwej rozrywce, rozwojowi kulturalnemu i artystycznemu”⁴⁰⁹. Żywe zainteresowanie ojców soborowych kwestią kinematografii wskazuje na ich właściwe rozeznanie i odczytanie potrzeb współczesnego człowieka oraz dostrzeżenie możliwości jakie związane są z filmem, czy też ogólnie kinem.

2.2.2.3. Kościół wobec radia

Wraz z rozwojem radia Kościół zabierał w jego sprawie głos. We wspomnianej już encyklice *Miranda prorsus* Pius XII tak mówi o radiu: „Z niemniejszą troską, Czcigodni Bracia, pragniemy wyłożyć Wam, z jaką uwagą odnosimy się do innego środka służącego rozpowszechnianiu wiadomości, wprowadzonego w życie niemal równocześnie z filmem. Mówimy mianowicie o radiu. Radio bowiem – jak to

⁴⁰⁸ MP, 784–85.

⁴⁰⁹ DSP, 14.

podkreślaliśmy w jednym z Naszych przemówień do pewnego zespołu obsługi radiowej – ma to do siebie, że jest niejako niezależne i wolne od uwarunkowań miejsca i czasu, które stają na przeszkodzie i utrudniają działalność pozostałych środków, jakie wykorzystują ludzie do porozumiewania się pomiędzy sobą. Radio bowiem w jednej chwili przekraczając z prędkością nieskończenie większą od fal głosowych wszelkie granice tak szybko jak światło przekazuje wiadomości, jakie mu się powierza. [...] Możliwość słyszenia innych ludzi, śledzenia odległych wydarzeń przy jednoczesnym pozostawaniu w obrębie swego domu i uczestniczenia na odległość w przejawach życia społecznego i kulturalnego odpowiada najgłębszym pragnieniom człowieka. Nic więc dziwnego, że w wielu domach tak szybko pojawiły się odbiorniki radiowe, które pozwalają otworzyć na szeroki świat to tajemnicze okno, przez które dniem i nocą napływają wiadomości z życia ludzi różnych narodowości, o różnorodnych kulturach i językach”⁴¹⁰. Jak widać papież dostrzega potencjał i możliwości jakie niesie ze sobą radio.

Nauczanie Kościoła o radiu zostało rozwinięte przez Sobór Watykański II. Ojcowie soborowi wskazują, że należy wspierać dobre audycje radiowe a nawet zakładać katolickie rozgłośnie. Jednocześnie jak podkreśla Sobór należy dbać o właściwy poziom i skuteczność oddziaływania katolickich rozgłośni⁴¹¹.

2.2.2.4. Kościół wobec telewizji

Na temat telewizji naucza papież Pius XII w encyklice *Miranda prorsus*. „Telewizja posiada wiele podobieństwa z filmem, ponieważ, podobnie jak on, działa na władze wzrokowe człowieka, przedstawiając życie i jego przejawy; nierzadko zresztą bezpośrednio posługuje się filmem. Poza tym telewizja podobna jest do radia, ponieważ zwraca się do widza nie w teatrze, ale w jego własnym mieszkaniu”⁴¹². Papież zwraca

⁴¹⁰ MP, 792–93

⁴¹¹ DSP, 14.

⁴¹² MP, 799.

także uwagę na możliwości jakie niesie telewizja, kiedy wspomina o transmisji Mszy świętej. „Wiemy dobrze, że katolickie transmisje telewizyjne cieszą się ogromnym wzięciem. Jak to wyłożyliśmy przed kilku laty [...], jasne jest, że uczestniczenie w Ofierze Eucharystycznej, nadawanej przez telewizję, nie zastąpi bynajmniej obowiązku wysłuchania osobiście Mszy świętej w niedzielę i święta. Ponieważ jednak telewizyjne transmisje liturgiczne są niezwykle owocne tak dla umocnienia wiary, jak i podbudowania świętości życia, zwłaszcza tych, którzy nie mają innych pod tym względem możliwości, uważamy za swój obowiązek usilnie zalecać tego rodzaju programy”⁴¹³.

Temat telewizji został poruszony także przez Sobór Watykański II. Ojcowie soborowi mówią, że należy wspierać dobre programy telewizyjne, wartościowe dla rodzin oraz popierać audycje katolickie⁴¹⁴. Zauważają także możliwości transmisji nabożeństw i mówiąc o tym wskazują, że przekazywanie czynności liturgicznych powinno odbywać się w sposób taktowny i godny⁴¹⁵.

2.2.3. Kościół w Polsce wobec mediów

W Polsce próbę refleksji na temat mediów podjął II Polski Synod Plenarny, który obradował w latach 1991 – 1999. Efektem prac stał się dokument *Ewangelizacja Kultury i środków społecznego przekazu*. Jak słusznie zauważa Chmielewski, gdy powstawał tekst dokumentu nie był to jeszcze czas zaawansowanej komunikacji między użytkownikami opartej na zasadach działania WEB 2.0 czy WEB 3.0⁴¹⁶. Jednakże już wtedy dostrzeżono narodziny nowego „pokolenia mass mediów”. Dlatego biskupi podkreślają,

⁴¹³ MP, 800.

⁴¹⁴ DSP, 14.

⁴¹⁵ KL, 20.

⁴¹⁶ M. Chmielewski, I. Durma, i R. Kusiak, „«Kodeks» social media dla Kościoła katolickiego w Polsce”, *Biuletyn Edukacji Medialnej*, nr 1 (2018): 159.

że zachodzące zmiany dotyczą także kwestii funkcjonowania odbiorców przekazu jako podmiotów kultury i religii⁴¹⁷.

Kolejne wskazania KEP odnoszące się do wykorzystania mediów w dziele Kościoła zawarte są w *Normach Konferencji Episkopatu Polski* dotyczących występowania duchownych i osób zakonnych oraz przekazywania nauki chrześcijańskiej w audycjach radiowych i telewizyjnych⁴¹⁸. Co prawda normy te mówią przede wszystkim o mediach mając na uwadze radio i telewizję, ale zastosowanie mają do wszystkich mediów, także tych, które rozwinęły się już po powstaniu dokumentu. Biskupi podkreślają przede wszystkim obowiązek głoszenia przekazu Ewangelicznego poprzez środki społecznego przekazu. Obowiązek ten spoczywa nade wszystko na biskupach, którzy mają troszczyć się o uporządkowany i owocny przekaz orędzia ewangelicznego. Wspomniany obowiązek ma wyrażać się poprzez troskę o media własne, ale także o programy u publicznych oraz komercyjnych nadawców⁴¹⁹. Warto zauważyć wskazania dla duchownych i instytutów zakonnych, którzy zabierają głos w mediach. Owe wskazania są ważne, tym bardziej że wraz z rozwojem technologii i *social mediów* wszystkie treści publikowane w mediach społecznościowych mają charakter publiczny i ogólnodostępny. Biskupi zalecają: „Duchowni i członkowie instytutów zakonnych wypowiadający się w mediach winni cechować się wiernością nauce Ewangelii, rzetelną wiedzą, roztropnością i odpowiedzialnością za wypowiedziane słowo, troską o umiłowanie prawdy i owocny przekaz ewangelicznego orędzia. Jeśli nie są w danej dziedzinie wystarczająco kompetentni, powinni zrezygnować z występowania w mediach, zwłaszcza w kwestiach trudnych i kontrowersyjnych. Wypowiadając się w sprawach nauki katolickiej lub obyczajów, duchowni i zakonnicy winni pamiętać,

⁴¹⁷ „Ewangelizacja Kultury i środków społecznego przekazu”, w *II Polski Synod Plenarny (1991-1999)* (Poznań, 2001), 93–114.

⁴¹⁸ Konferencja Episkopatu Polski, „Normy Konferencji Episkopatu Polski dotyczące występowania duchownych i osób zakonnych oraz przekazywania nauki chrześcijańskiej w audycjach radiowych i telewizyjnych”, 2005, <https://episkopat.pl/normy-konferencji-episkopatu-polski-dotyczace-wystepowania-duchownych-i-osob-zakonnych-oraz-przekazywania-nauki-chrzescijanskiej-w-audycjach-radiowych-i-telewizyjnych/>.

⁴¹⁹ Konferencja Episkopatu Polski.

że są powołani do głoszenia nauki Chrystusa, a nie własnych opinii. Dlatego zobowiązani są do wiernego przekazu katolickiej nauki, zgodnie z doktryną głoszoną przez Urząd Nauczycielski Kościoła. Powinni również respektować zdanie Konferencji Episkopatu w kwestiach, które były przedmiotem jej oficjalnego stanowiska. Stanowisko Konferencji Episkopatu prezentuje jej rzecznik⁴²⁰.

2.3. *Social media* jako fenomen medialny

Po przyjrzeniu się bliżej zagadnieniu mediów tradycyjnych konieczne wydaje się spojrzenie na to, co dziś kształtuje tę grupę osób, która tak mocno związana jest z przepływem informacji i z komunikowaniem się za pomocą Internetu. Mowa tu oczywiście o mediach społecznościowych. Warto ukazać historię ich powstawania, która co trzeba zaznaczyć wciąż jest kształtowana. Omówione zostaną dokładnie te media społecznościowe, które wydają się najbardziej istotnymi dla niniejszej dysertacji.

2.3.1. *Social media* jako odpowiedź na potrzebę personalizację treści

Internet od momentu swojego powstania nieustannie ewoluuje i jest to proces ciągły. Historia Sieci to wędrówka od pierwszych wysyłanych e-maili, poprzez statyczne strony, które czytane były niczym gazety aż po pierwsze interakcje, kiedy to Internet przestał być tylko narzędziem komunikowania a stał się przestrzenią komunikacji. Jest to ważne w kontekście ewangelizacji. Zmiana związana z przejściem od komunikowania do komunikacji sprawiła, że użytkownicy przestali być już tylko

⁴²⁰ Konferencja Episkopatu Polski.

odbiorcami, a stali się także twórcami, nadawcami treści, którzy uczestniczą już nie tylko w dwustronnych dyskusjach. Najlepszym przykładem takiego korzystania z Internetu są media społecznościowe⁴²¹. W tej możliwości podejmowania interakcji kryje się sukces *social mediów*. Każdy użytkownik nie jest tylko biernym odbiorcą, który jest „nasycany” informacjami, ale może czynnie zaangażować się w dialog, podjąć działanie „dać lajka”, skomentować, czy też udostępnić jakąś treść. Trend ten można zaobserwować zwłaszcza u młodych użytkowników⁴²², którzy rezygnują chociażby z telewizji, która przez wiele lat była pierwszym i najważniejszym medium narzucającym i kształtującym sposób myślenia. Jak pokazują badania⁴²³ im młodsza grupa wiekowa, tym szybciej traci zainteresowanie telewizją. Najważniejszym powodem takiego stanu rzeczy jest oczywiście rozwój Internetu i mediów społecznościowych. Dla młodego widzenia koncept oglądania telewizji tradycyjnej jest coraz bardziej abstrakcyjny. Skoro wszystko jest dostępne w Internecie, to po co ograniczać się do ramówki TV. Telewizja jest krokiem wstecz⁴²⁴. Dostępne obecnie platformy typu streamingowe VOD wygrywają niezaprzeczalnie z telewizją tradycyjną. Nie są one oczywiście częścią mediów społecznościowych, ale już YouTube, który do nich należy, jest źródłem nieograniczonej

⁴²¹ A. Dubiel, „Social media czyli czym są media społecznościowe”, *inspiracje.tv*, 12 lipiec 2019, <https://inspiracje.tv/social-media-czyli-czym-sa-media-spoecznościowe/>.

⁴²² „Młodzi użytkownicy mediów społecznościowych, tj. obecni nastolatki oraz *millenials*, sprawnie korzystają ze wszystkich funkcji portali, aktywnie wykorzystując je w codziennym życiu. Nie tylko kontaktują się ze znajomymi, ale także znajdują informacje o wydarzeniach, w których chcą wziąć udział, sprawdzają recenzje produktów i usług, biorą udział w konkursach, grają w gry dołączone do niektórych stron itd. Bardzo często jako pokolenia bardziej narcystyczne od poprzedników, używają *social media* jako miejsca prezentacji swoich poglądów, osiągnięć i statusu, a także traktują je jako przestrzeń do zdobywania popularności i podziwu wśród innych” Grębosz, Siuda, i Szymański, *Social media marketing*, 48..

⁴²³ Badania przeprowadzone na zlecenie The Wall Street Journal. A. Sharma, „This Chart Shows Why Comcast Would Be Interested in Vice Media and BuzzFeed”, *The Wall Street Journal*, 24 lipiec 2015, <https://www.wsj.com/articles/BL-269B-4090>.

⁴²⁴ M. Połowianiuk, „Ten wykres udowadnia, że telewizja nie ma przyszłości”, *spidersweb.pl*, 29 lipiec 2015, <https://spidersweb.pl/2015/07/telewizja-nie-ma-przyszlosci.html>.

rozrywki a także nieograniczonej wiedzy w prawie każdej dziedzinie⁴²⁵. Taki stan rzeczy przewidywał Drzewiecki, gdy pisał w 2010 roku: „Zmiana jakościowa telewizji będzie polegała na przejściu od modelu biernego odbioru w stronę interaktywności, współtworzenia programu przez widzów. To widz będzie decydował o tym, co i kiedy chce oglądać - będzie tworzył własną ramówkę telewizyjną. Będzie proszony o zdefiniowanie własnych potrzeb odbiorczych (co chce oglądać) i dokonanie odpowiedniego wyboru. [...] Widz będzie miał do dyspozycji wąskotematyczne kanały odpowiadające jego zainteresowaniom i pasjom”⁴²⁶.

Potrzeba personalizowania odbieranych treści ma podbudowę antropologiczną. Człowiek chce być potraktowany wyjątkowo, chce jednocześnie mieć wpływ na to, co do niego dociera. Przywołując Bartnika zauważyć należy, że osobę konstytuuje i ubogaca świat woli z którym związane są takie aspekty jako podejmowanie decyzji, ambiwalencja dobro – zło, rozstrzyganie w sumieniu, wybieranie wartości i organizowanie ich w swego rodzaju hierarchię, dążenie do stawianych sobie celów, wszelkie działania twórcze i wolnościowe, ofensywna postawa względem rzeczywistości⁴²⁷. Nie dziwi więc fakt, że możliwość decydowania o tym jaka informacja będzie eksploatowana zwycięża nad pewną linearnością. Owo zwycięstwo nad mediami tradycyjnymi dokonuje się także w zakresie czasu i przestrzeni, którymi użytkownicy Internetu nie są ograniczeni. Istotna jest więc tu mobilność, która może zostać ograniczona jedynie przez czynniki zewnętrzne – technologiczne.

⁴²⁵ Ł. Kotkowski, „Nie oglądam telewizji od pięciu lat. Niczego nie żałuję”, spidersweb.pl, 1 marzec 2018, <https://spidersweb.pl/2018/03/nie-ogladam-telewizji-wrazenia-opinie.html>.

⁴²⁶ P. Drzewiecki, „Supermarket telewizji. Cyfryzacja sektora audiowizualnego - wyzwanie dla edukacji medialnej”, *Kultura-Media-Teologia*, nr 1 (1) (2010): 98.

⁴²⁷ Cz. S. Bartnik, *Personalizm* (Lublin, 2000), 39; Cz. S. Bartnik, „Osoba” w *filozofii i teologii. Dzieła zebrane*, t. LXX (Lublin, 2017), 14.

2.3.2. *Social media – must have*

Obecnie co drugi mieszkaniec planety korzysta z mediów społecznościowych⁴²⁸. Szybko rośnie populacja ludzkości, wymieniają się pokolenia, co wpływa na potencjał użytkowników. Znaczącą rolę w tym procesie odgrywa rozwój technologii. 10 lat temu z serwisów społecznościowych korzystało około miliarda ludzi, dziś niektóre badania mówią nawet o czterech. „W ciągu dekady z fanaberii i mody stało się światowym *must have*, które w ciągu doby potrafi zabrać nam nawet parę godzin. Jest to rewolucja, którą należy postawić w jednym rzędzie z rozwojem branży motoryzacyjnej czy rozpowszechnianiem się odbiorników telewizyjnych”⁴²⁹.

Media społecznościowe stały się dziś sposobem na życie, ważnym elementem budowania i utrzymywania relacji międzyludzkich. Jak zauważa Rogucki: „tak jak 10 lat temu serwisy społecznościowe zapewniały nam głównie kontakt z bliskimi, spontaniczną wymianę treści, tak teraz zostały otoczone mackami ośmiornicy. Biznes wykorzystuje je do sprzedaży swoich produktów, polityka do zmiany postaw elektoratu, celebryci do budowania swojej popularności, która przekłada się na wyższe zarobki. Dodajmy do tego coraz mocniej zacieśniającą się mackę cenzury, kontroli treści oraz poprawności politycznej. Przy okazji – Internet i media społecznościowe miały być medium wolnym, nieskrępowanym w swoich założeniach sprzed dekady”⁴³⁰.

Wartość i potrzebę zaistnienia w *social mediach* została zauważona przez administratorów strony internetowej diecezji zamojsko-lubaczowskiej. Na wspomnianej stronie znajdują się odnośniki – linki do multimediów publikowanych chociażby w serwisie społecznościowych YouTube. Tu warto wymienić filmy wideo z życzeniami

⁴²⁸ W styczniu 2022 roku na całym świecie było ponad 4,62 miliarda użytkowników mediów społecznościowych, co stanowi 58,4 procent całej światowej populacji. „Globalne statystyki mediów społecznościowych”, datareportal.com, dostęp 7 marzec 2022, <https://datareportal.com/social-media-users>.

⁴²⁹ A. Rogucki, „Jak zmieniły się media społecznościowe w ciągu dekady?”, whysosocial.pl, dostęp 7 styczeń 2021, <https://www.whysosocial.pl/jak-zmienily-sie-media-spoecznościowe-w-ciagu-dekady/>.

⁴³⁰ Rogucki.

Biskupa Diecezjalnego Marana Rojka⁴³¹, czy #Hot16Challenge - Kuria Diecezjalna w Zamościu przeciw koronawirusowi, w który zaangażował się sam pasterz diecezji⁴³². W tym miejscu jednak udział diecezji zamojsko-lubaczowskiej w *social mediach* zostanie tylko zasygnalizowany. Szerzej ten temat zostanie poruszony w kolejnej części dysertacji.

Czym są więc owe *social media*, które tak mocno definiują społeczeństwo informacyjne? W literaturze przedmiotu trudno znaleźć jednoznaczną definicję mediów społecznościowych. Trudności w definiowaniu tego pojęcia wynikają nade wszystko z ogromnego dynamizmu w ich kształtowaniu. To sprawia, że w obszarze terminologicznym można spotkać różnorodność pojęć, np. „media społecznościowe”, „serwisy społecznościowe”, „portale społecznościowe”, „sieci społecznościowe”, które niejednokrotnie są rozumiane i używane synonimicznie⁴³³, co nie sprzyja jednoznaczniemu opisowi tego zjawiska⁴³⁴. Jak zauważa Chmielewski „niektórzy badacze

⁴³¹ Diecezja Zamojsko-Lubaczowska, *Życzenia Świąteczne - Biskup Marian Rojek - Boże Narodzenie 2020*, 2020, https://youtu.be/-9_hiEZFTPY.

⁴³² P. Spyra, #Hot16Challenge - Kuria Diecezjalna w Zamościu przeciw koronawirusowi, 2020, <https://youtu.be/EJfsEMV7398>.

⁴³³ Autor ma świadomość różnicy jaka zachodzi pomiędzy pojęciem portal i serwis społecznościowy. Według definicji *Encyklopedii PWN* portal to witryna mająca stanowić „bramę” do sieci WWW, zawierająca zwykle wyszukiwarkę, hiperodnośniki do innych witryn (posegregowane tematycznie); zob. „Portal internetowy”, w *Encyklopedia PWN*, dostęp 8 styczeń 2021, <https://encyklopedia.pwn.pl/szukaj/portal%20internetowy>.

Serwis społecznościowy przez *Słownik języka polskiego* definiowany jest jako: „serwis internetowy współtworzony przez społeczność internautów o podobnych zainteresowaniach, który umożliwia kontakt z przyjaciółmi i dzielenie się informacjami, zainteresowaniami itp.”, zob. W. Doroszewski, „Serwis społecznościowy”, w *Słownik Języka Polskiego PWN*, dostęp 8 styczeń 2021, <https://sjp.pwn.pl/szukaj/serwis%20spo%20%82eczno%20%9Bciowy>.

Jak wynika z powyższego w odniesieniu do mediów społecznościowych powinno używać się sformułowania „serwis”, ale ze względu na to, że słowo „portal” przyjęło się już w powszechnym użytkowaniu, to określenie będzie pojawiało się w niniejszej dysertacji w odniesieniu do mediów społecznościowych.

⁴³⁴ M. Chmielewski, „Ewangelizacyjna misja Kościoła a social media”, *Studia Leopoliensia*, nr 10 (2017): 194.

przedmiotu definiują *social media* w bezpośrednim kontekście nowych technologii i opisują je, jako grupę aplikacji opartych na Internecie, które zostały stworzone na ideologicznym i technologicznym fundamencie Web 2.0 oraz umożliwiają kreację i wymianę treści generowanych przez użytkowników⁴³⁵. Reasumując można powiedzieć, że istotą mediów społecznościowych jest możliwość wymiany informacji, dzielenia się swoimi zainteresowaniami, budowanie wizerunku osoby. Portal społecznościowy jest idealnym kanałem dystrybucji siebie jako osoby, ale także swoich poglądów i przekonań⁴³⁶. Takie pojmowanie *social mediów* daje niezmiernie możliwości podejmowania działań także ewangelizacyjnych, które zostaną wskazane przy omawianiu poszczególnych serwisów społecznościowych.

Mówiąc o mediach społecznościowych warto dostrzec sposób w jaki się one do tej pory rozwijały. Garwol zapisała w sposób treściwy tę krótką, ale także dynamiczną historię. „W roku 1995 stworzono w USA serwis Classmates.com, który służył do odnajdywania dawnych znajomych ze szkoły. Dziesięć lat później jego odpowiednik powstał w Polsce i nosił nazwę Nasza-Klasa⁴³⁷. Pierwszy serwis społecznościowy z prawdziwego zdarzenia powstał w 1997 i nosił nazwę SixDegress.com. Nazwa portalu (Sześć Stopni Oddalenia) nawiązywała do teorii, że każdy człowiek jest połączony z dowolną inną osobą łańcuchem maksymalnie sześciu ludzi. Trzy lata później, w 2000 roku pojawił się w Polsce komunikator Gadu-Gadu i skutecznie zawojował rynek. Rok później został wdrożony pierwszy polski portal społecznościowy Fotka.pl. W 2003 roku w cyberprzestrzeni pojawiły się WordPress, LinkedIn. Rok 2004 był rokiem przełomowym w świecie mediów społecznościowych. Wówczas narodził się król *social media* – Facebook, który dopiero w roku 2008 miał swoją premierę w języku polskim. W latach 2004–2005 stworzono portale Digg oraz Reddit, które służą dzieleniu się ciekawymi materiałami znalezionymi w Internecie. Rok później Polacy odpowiedzieli na nie, tworząc Wykop.pl. Również w 2005 roku powstał serwis YouTube, który nie ma sobie po dziś dzień równych w udostępnianiu zasobów wideo. Rok później pojawił się

⁴³⁵ Chmielewski, 194.

⁴³⁶ A. Zalewska-Bochenko, „Portale społecznościowe jako element społeczeństwa informacyjnego”, *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Studia Informatica* 40 (2016): 89.

⁴³⁷ nk.pl – serwis został wyłączony 27 lipca 2021 roku.

Twitter, a w 2010 r. – Instagram. Kolejnym ważnym wydarzeniem było pojawienie się w 2011 r. Snapchata oraz Google+, który bez powodzenia próbował konkurować z Facebookiem⁴³⁸. Pośród już wymienionych należy dla przejrzystości zatrzymać się przy tych, które wydają się najbardziej popularne i budzą największe zainteresowanie w temacie niniejszej dysertacji, a mianowicie Facebook⁴³⁹, YouTube⁴⁴⁰, Instagram⁴⁴¹, Twitter⁴⁴² oraz od niedawna TikTok⁴⁴³.

2.3.2.1. Facebook

Facebook można z powodzeniem nazwać prawdziwym potentatem w mediach społecznościowych. Łączy on ludzi na całym świecie, zaś korzystanie z niego potraktować można jako wspólne doświadczenie kulturowe dla wszystkich mieszkańców powstałej w ten sposób globalnej wioski⁴⁴⁴. Serwis został zapoczątkowany w 2004 dla studentów Harvardu⁴⁴⁵. O jego początkach tak pisze Kirkpatrick przywołując wypowiedzi Marka Zuckebergą: „Razem z Dustinem Moskovitzem i Chrisem Hughesem [...] rozmawialiśmy z ludźmi, z którymi chodziliśmy na zajęcia z informatyki. Zastanawialiśmy się nad tym, w jaki sposób większa jawność informacji i łatwiejszy

⁴³⁸ K. Garwol, „Rola mediów społecznościowych w edukacji – stan obecny i perspektywy rozwoju”, *Dydaktyka Informatyki* 12 (2017): 52.

⁴³⁹ <https://www.facebook.com/>

⁴⁴⁰ <https://www.youtube.com/>

⁴⁴¹ <https://www.instagram.com/>

⁴⁴² <https://twitter.com/>

⁴⁴³ <https://www.tiktok.com/>

⁴⁴⁴ A. Bąk, „Serwisy społecznościowe – efekt Facebooka i nie tylko”, *Media i społeczeństwo. Medioznawstwo. Komunikologia. Semiologia. Socjologia mediów. Media a pedagogika*, nr 6 (2016): 142.

⁴⁴⁵ Zalewska-Bochenko, „Portale społecznościowe jako element społeczeństwa informacyjnego”, 90.

dostęp do nich oraz możliwość ich rozpowszechniania wpłyną na losy świata. Nie mieliśmy jednak pojęcia o tym, że sami weźmiemy w tym udział [...]. Byliśmy tylko garstką dzieciaków z college'u. [...] Powoli docierały do nas informacje, że coraz więcej szkół chce z niego korzystać. Potem okazało się, że nie tylko studenci są tym zainteresowani [...]. Serwis zdobywał coraz większą popularność, a my byliśmy w coraz większym szoku. Któregoś dnia uderzyło nas to, że możemy odegrać główną rolę w tym procesie i przyspieszyć go. [...] Moim kolegom z college'u, którzy podczas kawiarnianych dyskusji rozwodzili się nad tym, że oddolne dążenie do zwiększenia jawności przepływu informacji może zmienić sposób funkcjonowania świata i zarządzania instytucjami, wydawało się oczywiste, że nie wszyscy ludzie dążą do zwiększenia tej jawności i być może potrzebna jest grupa osób, które wychowały się na takich wartościach i są przyzwyczajone do myślenia w takich kategoriach⁴⁴⁶. Facebook został udostępniony w 2006 r. dla wszystkich użytkowników z całego świata posiadających aktywny adres mailowy i posiadający więcej niż 13 lat. Polska wersja językowa została uruchomiona w 2008 r.⁴⁴⁷.

Użytkownicy serwisu posiadają profile oznaczone ich imionami i nazwiskami (choć, nietrudno jest spotkać profile z fałszywymi danymi, lub pseudonimami). Profil zawiera zdjęcie profilowe, zdjęcie tła oraz podstawowe informacje o użytkowniku⁴⁴⁸. W regulaminie Facebooka można przeczytać: „Nasza społeczność jest bezpieczniejsza i bardziej odpowiedzialna, kiedy za komentarzami i działaniami stoją prawdziwe osoby. Dlatego wymagamy od naszych użytkowników: posługiwania się imieniem i nazwiskiem, których używają na co dzień; podawania dokładnych informacji na swój temat; tworzenia tylko jednego konta (własnego) i używania osi czasu do własnych celów⁴⁴⁹. Informacje, które można w zależności od ustawień prywatności

⁴⁴⁶ D. Kirkpatrick, *Efekt Facebooka*, tłum. M. Lipa (Warszawa, 2011), 22.

⁴⁴⁷ M. Drabek i M. Klimowicz, *Serwisy społecznościowe i oferowane przez nie możliwości monitorowania losów zawodowych absolwentów szkół wyższych* (Warszawa–Wrocław, 2013), 11.

⁴⁴⁸ Drabek i Klimowicz, 12.

⁴⁴⁹ „Regulamin Facebooka 3”, § Zobowiązania użytkownika na rzecz Facebooka i naszej społeczności. Kto może korzystać z Facebooka (2020), <https://www.facebook.com/legal/terms>.

konta zaprezentować to: informacje podstawowe (data urodzenia, deklarowane języki obce, poglądy polityczne i religijne); wykształcenie i praca (ukończone szkoły i uczelnie wyższe, zazwyczaj bez podziału na klasy i profile w ramach kierunków kształcenia); zazwyczaj podawana jest bieżąca lub ostatnia afiliacja zawodowa i edukacyjna; miejsce zamieszkania (obecne i tzw. “miasto rodzinne”); informacje kontaktowe (numer telefonu, adres mailowy); rodzina (członkowie rodziny, posiadający facebookowe profile i zaakceptowani w ramach serwisu jako rodzina); informacja o znajomych (liczba znajomych i linki do ich profili)⁴⁵⁰. Jak można przeczytać w Regulaminie Facebooka użytkownicy korzystają z serwisu w sposób unikatowy „począwszy od postów, relacji, wydarzeń, reklam i innych treści wyświetlanych w Aktualnościach lub na [...] platformie wideo, po obserwowane strony oraz inne funkcje, z których użytkownik może korzystać, takie jak Najpopularniejsze, Marketplace czy wyszukiwanie. Wykorzystujemy posiadane dane – na przykład na temat nawiązywanych kontaktów, dokonywanych wyborów lub wybieranych ustawień oraz udostępnianych treści i działań dokonywanych w naszych Produktach i poza nimi – aby umożliwić użytkownikom korzystanie z nich w sposób spersonalizowany”⁴⁵¹. W regulaminie można także przeczytać, że Twórcy serwisu chcą by użytkownicy korzystali z Facebooka w celu wyrażania siebie i udostępniania treści, które są dla nich ważne⁴⁵². Ponadto Facebook łączy użytkowników z osobami i organizacjami, na których im zależy; pomaga użytkownikom odkrywać treści, produkty i usługi, które mogą ich zainteresować⁴⁵³.

⁴⁵⁰ Drabek i Klimowicz, *Serwisy społecznościowe i oferowane przez nie możliwości monitorowania losów zawodowych absolwentów szkół wyższych*, 12.

⁴⁵¹ „Regulamin Facebooka 1”, § Świadczone przez nas usługi (2020), <https://www.facebook.com/legal/terms>.

⁴⁵² Regulamin Facebooka 3.

⁴⁵³ Regulamin Facebooka 1.

W serwisie Facebook istnieje także drugi typ profilu jakim jest *fanpage*⁴⁵⁴. Prezentuje on znane postaci⁴⁵⁵, fikcyjnych bohaterów⁴⁵⁶, akcje społeczne⁴⁵⁷, organizacje⁴⁵⁸, instytucje⁴⁵⁹, organizacje – w tym np. szkoły⁴⁶⁰, uczelnie⁴⁶¹, marki⁴⁶². Warto zaznaczyć, że pośród stron na Facebooku można odnaleźć strony diecezji, parafii, zgromadzeń zakonnych, grup religijnych, poświęcone ewangelizacji i katechizacji. Strony na Facebooku – czyli *fanpage* posiadają szereg funkcji ułatwiających diagnostykę komunikacji z użytkownikami. Administrator strony może z łatwością sprawdzić zasięg poszczególnych postów czy szczegółowe reakcje użytkowników na konkretne posty⁴⁶³.

Z badań przeprowadzonych w 2019 r. opublikowanych na stronie antyweb.pl wynika, że najbardziej popularnymi *fanpage*'ami na Facebooku były: „profil Roberta Lewandowskiego z ponad 9,1 mln fanów, na drugim miejscu jest Kuba Błaszczykowski ponad 2,2 mln [...], a podium zamyka Play z niewiele mniejszym gronem fanów. Wysoko

⁴⁵⁴ Drabek i Klimowicz, *Serwisy społecznościowe i oferowane przez nie możliwości monitorowania losów zawodowych absolwentów szkół wyższych*, 13.

⁴⁵⁵ *Fanpage* Roberta Lewandowskiego: <https://www.facebook.com/rl9official>

⁴⁵⁶ Superman: <https://www.facebook.com/superman>

⁴⁵⁷ Zamość pomaga Ukrainie- Замость допомагає Україні:
<https://www.facebook.com/groups/452617973265514>

⁴⁵⁸ Polska Rada Organizacji Młodzieżowych PROM:
<https://www.facebook.com/PolskaRadaOrganizacjiMlodziejowychPROM/>

⁴⁵⁹ Urząd Miasta Tomaszów Lubelski: <https://www.facebook.com/umtomaszow>

⁴⁶⁰ Szkoła Podstawowa nr 1 im. Henryka Sienkiewicza w Szczebrzeszynie:
<https://www.facebook.com/profile.php?id=100057356803961>

⁴⁶¹ Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II: <https://www.facebook.com/KULlublin>

⁴⁶² Kia Polska: <https://www.facebook.com/KiaPolska>

⁴⁶³ Drabek i Klimowicz, *Serwisy społecznościowe i oferowane przez nie możliwości monitorowania losów zawodowych absolwentów szkół wyższych*, 13–14.

jest też nasza największa platforma sprzedażowa w polskim Internecie, czyli Allegro”⁴⁶⁴. Co ciekawe trzeba zaznaczyć, że profil Radia Maryja był najbardziej aktywnym profilem – opublikowano tam największą liczbę postów wyprzedzając między innymi Wirtualną Polskę⁴⁶⁵.

Facebook odgrywa pierwszorzędną rolę, jeśli chodzi o serwisy społecznościowe. Choć niektóre raporty wskazują na odpływ młodych użytkowników poniżej 25 roku życia⁴⁶⁶, to jednak ogólna liczba tych, którzy używają Facebooka wzrasta i według badań przynajmniej raz w miesiącu z serwisu korzysta 2,74 mld osób⁴⁶⁷. Przy tak szerokim zasięgu tego medium społecznościowego można mówić o jego realnym wpływie na codzienną rzeczywistość. Wpływ ten nazwać można „efektem Facebooka”. Facebook jako dotąd nieznan sposób komunikowania się jest źródłem niespotykanych wcześniej interakcji ludzkich i społecznych. Jak zauważa Kirkpatrick „efekt Facebooka pojawia się wtedy, gdy ludzie korzystający z serwisu kontaktują się ze sobą – często zupełnie niespodziewanie – w związku z jakimś wspólnym doświadczeniem, zainteresowaniem, problemem albo interesem. To może dotyczyć zarówno bardzo małych grup użytkowników (np. dwóch albo trzech osób), jak i ogromnych mas ludzi. Oprogramowanie Facebooka nadaje informacjom wirusowy charakter. Idee upublicznione w tym serwisie w błyskawicznym tempie trafiają jednocześnie do całych grup użytkowników, przenosząc się z jednej osoby na drugą niczym wirusy lub memy. Możesz wysłać wiadomość do znajomych niemalże

⁴⁶⁴ G. Ułan, „Najbardziej popularne profile na polskim Facebooku i Twitterze w 2019 roku”, *antyweb.pl*, 30 styczeń 2020, <https://antyweb.pl/najbardziej-popularne-profile-na-polskim-facebooku-i-twitterze-w-2019-roku/>.

⁴⁶⁵ Ułan.

⁴⁶⁶ Por. „Facebook jest wciąż najważniejszym medium reklamowym dla firm. Ale młodzi z niego uciekają”, *Business Insider*, 1 październik 2019, <https://businessinsider.com.pl/media/marketing/ile-ludzi-korzysta-z-facebook-a-raport-media-spoecznościowe-2019/1rktw5f>.

⁴⁶⁷ Por. HTur, „Facebook zarabia i nie narzeka na brak użytkowników”, *telepolis.pl*, 31 październik 2020, <https://www.telepolis.pl/wiadomosci/prawo-finanse-statystyki/facebook-zarabia-i-nie-narzeka-na-brak-uzytownikow>.

mimoходом, nie wykonując w tym celu żadnych konkretnych czynności”⁴⁶⁸. Patrząc przez pryzmat ewangelizacji „efekt Facebooka” przejawia wielki możliwości. Organizowanie spotkań na żywo, w tzw. Realu, spontanicznych akcji, czy nawet rekolekcji okazuje się o wiele prostsze.

Przy niezliczonych korzyściach jakie daje Facebook zaznaczyć, trzeba, że sposób funkcjonowania jego algorytmów opartych na inwigilacji uczestników, jak zauważono w raporcie Amnesty International „jest niezgodny z prawem do prywatności oraz stanowi zagrożenie dla szeregu innych praw. Mowa jest o wolności wyrażania opinii i wypowiedzi, wolności myśli, prawa do równego traktowania oraz prawa do nie bycia dyskryminowanym”⁴⁶⁹. Jak zauważono algorytmy Facebooka przetwarzają ogromne ilości danych. Efektem może być wyciąganie wniosków na temat poszczególnych użytkowników oraz wpływanie na sposób, w jaki korzystają oni z Internetu. Dzięki przetwarzaniu tak wielu danych, także reklamy mogą być kierowane bezpośrednio do wybranych osób⁴⁷⁰. Tego typu działanie nazwać można „profilowaniem użytkowników”. Obecnie Facebook w zakresie danych osobowych w kontekście RODO występuje do użytkowników o tzw. zgodę na profilowanie, czyli na wnioskowanie o jednych danych osobowych na podstawie drugich – najczęściej w celu dopasowywania wyświetlanych reklam⁴⁷¹.

Pośród innych negatywnych skutków korzystania z Facebooka należy wymienić kradzież tożsamości. Fałszywe profile tworzone są dla polityków, dziennikarzy, aktorów,

⁴⁶⁸ Kirkpatrick, *Efekt Facebooka*, 15.

⁴⁶⁹ msnet, „Google i Facebook są zagrożeniem dla praw człowieka - uważa Amnesty International”, telepolis.pl, 25 listopad 2019, <https://www.telepolis.pl/wiadomosci/wydarzenia/google-facebook-prawa-czlowieka-amnesty-international>.

⁴⁷⁰ msnet.

⁴⁷¹ U. Doliwa i in., „Precyzyjne profilowanie użytkowników Facebooka czy wróżenie z fusów? Krytyczna analiza działania algorytmu stworzonego przez Michała Kosińskiego i wykorzystanego przez firmę Cambridge Analytica”, *Zeszyty Prasoznawcze* 61, nr 3 (2018): 530–31.

a czasem nauczycieli przez ich uczniów. Niewłaściwie użytkowany i wykorzystywany Facebook to również miejsce do stalkingu czy mobbingu⁴⁷².

Reasumując można śmiało stwierdzić, że tak potężny serwis jakim jest Facebook jest narzędziem wręcz nieodzownym na polu ewangelizacyjnym. Tu warto przywołać młodzieżowe powiedzenie „czego nie ma w Internecie, tego nie ma w świecie”⁴⁷³ i nieco je modyfikując stwierdzić, że czego nie ma na Facebooku, tego nie ma w świecie. Jeśli więc na FB nie ma działań ewangelizacyjnych to można zaryzykować stwierdzenie, że ich nie ma w ogóle.

2.3.2.2. YouTube

Serwis YouTube istnieje od 2005 roku i w tym krótkim czasie zdążył zrewolucjonizować funkcjonowanie mediów⁴⁷⁴. Pierwszy film został wgrany na YouTube 23 kwietnia 2005 roku. Tym filmem było 18 sekundowe nagranie z Jawedem Karimem (współzałożycielem platformy) na pierwszym planie i słoniami (stanowiącymi temat materiału) w tle. Od tego właśnie filmu *Me at the zoo* rozpoczęła się historia YouTube⁴⁷⁵. Serwis został utworzony przez grupę młodych inżynierów: Chada Hurleya, Steve’a Chena i Jaweda Karima. Majorek w jednej z pierwszych monografii na polskim rynku poświęconej serwisowi udostępniania plików video tak opisuje początki YouTube: „Pomysłodawcy serwisu nawiązali znajomość, pracując w PayPalu, znanej powszechnie spółce oferującej usługi dokonywania płatności przez Internet. Pomysł stworzenia serwisu umożliwiającego publikowanie filmów video

⁴⁷² Bąk, „Serwisy społecznościowe – efekt Facebooka i nie tylko”, 144.

⁴⁷³ Wyrostkiewicz, „Infokomponent - nowość w badaniach nad środowiskiem naturalnym osoby ludzkiej”, 2015, 26.

⁴⁷⁴ R. Bomba, P. Olszewska, i A. Wuls, red., „Wstęp”, w *KulTube. Kultura wobec YouTube* (Lublin: Centrum Badań Gier Wideo UMCS, 2017), 6.

⁴⁷⁵ W. Kulik, „Ale to zleciało! 15 lat temu opublikowano pierwszy film na YouTube”, *benchamrk.pl*, 23 kwiecień 2020, <https://www.benchmark.pl/aktualnosci/pierwszy-film-na-youtube-rocznica-przeslania.html>.

pojawił się przypadkowo w następstwie jednego z przyjęć odbywających się w domu Chena, w którym to przyjęciu jeden z grupy przyjaciół nie mógł uczestniczyć. W celu udokumentowania spotkania nakręcono film, który następnego dnia miał zostać przesłany nieobecnemu drogą e-mailową. Na drodze stanęły jednak ograniczenia związane z pojemnością skrzynki pocztowej, co uniemożliwiło przesłanie tak dużego pliku. Poszukując rozwiązania tegoż problemu, pomysłodawcy YouTube doszli do wniosku, że w Internecie nie istnieje jeszcze żaden serwis umożliwiający amatorom zamieszczanie i udostępnianie filmów video. W lutym 2005 roku doszło do zarejestrowania domeny YouTube.com i opublikowania w niej serwisu o tej nazwie⁴⁷⁶. YouTube dzięki swej prostocie umożliwia wszystkim użytkownikom publikowanie swoich filmów, to zaś doprowadziło do bardzo szybkiego i dynamicznego rozwoju witryny⁴⁷⁷. „Momentem, który uznać można za przełomowy w historii witryny, stało się zakupienie jej przez firmę Google. Wydarzenie to miało miejsce 9 października 2006 roku, a firma Google zapłaciła 1,65 mln dolarów za firmę z siedzibą w San Bruno w Kalifornii. Podówczas zatrudniano tam zaledwie 67 pracowników, co tym bardziej pokazywało kameralność przedsięwzięcia”⁴⁷⁸. Kolejnym istotnym krokiem w rozwoju serwisu było wprowadzenie w 2008 wersji mobilnej dla urządzeń takich jak smartfony, tablety, konsole. W tym także roku na masową skalę zaczęły pojawiać się telewizory z dostępem do przeglądarek internetowych oraz umożliwiających oglądanie programów na YouTube⁴⁷⁹.

Korzystanie z YouTube opiera się na kilku zasadach. Zostały one wprowadzone jak można przeczytać w serwisie by budować bezpieczniejszą społeczność⁴⁸⁰. Można za Majorek powiedzieć, że pierwszą z nich jest szanowanie społeczności

⁴⁷⁶ M. Majorek, *Kod YouTube. Od kultury partycypacji do kultury kreatywności* (Kraków: Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych UNIVERSITAS, 2015), 19.

⁴⁷⁷ Por. Majorek, 20.

⁴⁷⁸ Majorek, 20–21.

⁴⁷⁹ Majorek, 24.

⁴⁸⁰ „Zasady YouTube.”, dostęp 4 styczeń 2021, https://www.youtube.com/intl/ALL_pl/howyoutubeworks/policies/overview/.

YouTube⁴⁸¹. Administratorzy serwisu w zakładce „zasady” zapisali takie zdanie jako pierwsze: „Widzowie i twórcy na całym świecie używają YouTube do swobodnego wyrażania swoich opinii. Według nas szerszy zakres spojrzeń na rzeczywistość ostatecznie wzmacnia społeczeństwo i sprawia, że jest ono lepiej poinformowane, nawet jeśli nie zgadzamy się z niektórymi poglądami”⁴⁸². Kolejne punkty regulaminu omówione są jako wytyczne dla społeczności. Wytyczne określają, co w YouTube jest dozwolone, a co nie i dotyczą wszystkich rodzajów treści na platformie, w tym filmów, komentarzy, linków i miniatur⁴⁸³. Wytyczne szczegółowo omawiają zagadnienie spamu i nieuczciwych praktyk, treści drażliwych, treści niebezpiecznych lub nawołujących do przemocy, towarów objętych regulacjami oraz dodatkowe zasady⁴⁸⁴. Jak zaznaczają administratorzy serwisu „Wszystkie zasady przechodzą szczegółowy proces weryfikacji, tak by były spójne i poprawne oraz mogły być stosowane do treści na całym świecie”⁴⁸⁵. Regulamin serwisu opisuje także szczegółowo temat praw autorskich⁴⁸⁶, zasad zarabiania⁴⁸⁷ oraz kwestię usuwania treści ze względów prawnych⁴⁸⁸.

Z serwisu YouTube mogą korzystać zarówno użytkownicy zalogowani jak i nie zalogowani. Ci pierwsi mogą oczywiście liczyć na więcej możliwości jakie daje serwis. Majorek opisuje pokrótce: „Specjalnie dla zalogowanych użytkowników wyświetlone zostają subskrypcje kanałów i spersonalizowane rekomendacje. Jeżeli osoba

⁴⁸¹ Majorek, *Kod YouTube. Od kultury partycypacji do kultury kreatywności*, 28.

⁴⁸² Zasady YouTube.

⁴⁸³ „Zasady YouTube. Wytyczne dla społeczności”, dostęp 4 styczeń 2021, https://www.youtube.com/intl/ALL_pl/howyoutubeworks/policies/community-guidelines/.

⁴⁸⁴ Zasady YouTube. Wytyczne dla społeczności.

⁴⁸⁵ Zasady YouTube.

⁴⁸⁶ „Zasady YouTube. Prawa autorskie”, dostęp 28 czerwiec 2021, <https://www.youtube.com/howyoutubeworks/policies/copyright/>.

⁴⁸⁷ „Zasady YouTube. Zasady zarabiania”, dostęp 28 czerwiec 2021, <https://www.youtube.com/howyoutubeworks/policies/monetization-policies/>.

⁴⁸⁸ „Zasady YouTube. Usuwanie treści ze względów prawnych”, dostęp 28 czerwiec 2021, <https://www.youtube.com/howyoutubeworks/policies/legal-removals/>.

korzystająca z YouTube zdecydowała się śledzić wybrany kanał, będzie otrzymywała przeznaczoną tylko dla niej wiadomość o najnowszych filmach. [...] Zalogowany użytkownik ma zatem dostęp do funkcji, których internauta przypadkowo zwiedzający serwis nie posiada. Poza funkcją oglądania można wskazać również inne, jak np. udostępnianie, personalizacja, ewaluacja czy przesyłanie. Zgodnie z powyższym YouTube daje użytkownikom możliwość oceny filmu, czyli wybranie jednego z dwóch przycisków pod filmem: kciuk do góry, oznaczający, że film mu się podobał, oraz kciuk w dół, czyli że film mu się nie podobał. Osoba zalogowana posiada możliwość skomentowania obejrzanego filmu, co stwarza szansę komunikowania się zarówno z twórcami filmu, jak i innymi oglądającymi. Jeszcze dalej idącą funkcją jest ocenianie istniejących już komentarzy poprzez kliknięcie w opcję głos za lub przeciw. Prowadzi to do sytuacji, w której najlepiej oceniane komentarze wyświetlane są tuż pod filmem jako najbardziej interesujące w opinii społeczności. [...] Zalogowany użytkownik ma możliwość stworzenia własnego kanału. Dzięki temu może udostępniać filmy, które wcześniej oznaczył jako ulubione, a także tworzyć swoje własne playlisty⁴⁸⁹.

Zastanawiając się nad fenomenem YouTube i szukając źródeł jego popularności jako jeden z argumentów można podać fakt, że jest on dziełem nie tylko twórców serwisu, ale przede wszystkim wciąż tworzony jest przez użytkowników. Przy czym należy zauważyć, że z tego najbardziej popularnego serwisu do udostępniania materiałów video korzystają nie tylko „zwykli użytkownicy”, ale swoje konta (kanały) posiadają tam przeróżne firmy, instytucje, organizacje, marki. YouTube stał się szybko alternatywą dla telewizji tradycyjnej, zwłaszcza dla młodych użytkowników. Pozwala bowiem oglądać to, co się chce i w momencie, w którym się chce. Serwis może także służyć jako miejsce edukacyjne, ale też i narzędzie ewangelizacyjne⁴⁹⁰.

⁴⁸⁹ Majorek, *Kod YouTube. Od kultury partycypacji do kultury kreatywności*, 30–31.

⁴⁹⁰ Por. _ MG / SŁK _, „YouTube ma już 10 lat! Czemu tak szybko zyskał popularność?”, tech.wp.pl, 18 luty 2015, <https://tech.wp.pl/youtube-ma-juz-10-lat-czemu-tak-szybko-zyskal-popularnosc-6034788113535617a>.

YT spełnia niezwykle ważną rolę w dziele ewangelizacji. Użytkownicy chętnie oglądają kanały prowadzone przez ewangelizatorów⁴⁹¹ czy chociażby kanały o Piśmie Świętym⁴⁹². Owszem YT może być pomijany w działalności ewangelizacyjnej, jednakże będzie działać się to ze stratą dla przekazu Dobrej Nowiny.

2.3.2.3. Instagram

Historia Instagrama sięga 2010 roku. Początkowo była to aplikacja mobilna dla smartfonów Appła, która pierwszego dnia skupiła 25 tysięcy użytkowników⁴⁹³. Twórcy Instagrama to Kevin Systrom i Mike Krieger. Ich aplikacja była odpowiedzią na potrzebę ludzi by dzielić się swoją codziennością w postaci zdjęć. Dlatego bywa, że Instagram nazywany jest „nowoczesną ścianą jaskini”. Instagram był drugą aplikacją Kevina Systroma. Pierwsza o nazwie *Burbn* pozwalająca użytkownikom na meldowanie się, publikowanie planów i udostępnianie zdjęć podobnie jak Facebook, była mocno skomplikowana i nie przypadła do gustu użytkownikom. Pojawiła się więc myśl, by porzucić dotychczasowy projekt i poszukać nowych rozwiązań. Tak po wielu próbach narodził się Instagram⁴⁹⁴. Instagram zaoferował użytkownikom prosty interfejs z minimalną liczbą przycisków i funkcji⁴⁹⁵.

⁴⁹¹ Jako przykład można przywołać kanał *Langusta na palmie* prowadzony przez o. Adama Szustaka OP. Kanał ten subskrybuje 812 tysięcy użytkowników, zaś poszczególne materiały video są wyświetlane od kilkunastu do kilkudziesięciu tysięcy razy. Pod filmami znajdują się także liczne komentarze. <https://www.youtube.com/user/Langustanapalmie>

⁴⁹² Jako przykład można przywołać kanał *BibleProject – Polski*. Kanał ten subskrybuje ponad 18 tyś. użytkowników.

⁴⁹³ K. Żebruń, „Historia Instagrama - czy podąża w dobrym kierunku dodając albumy ze zdjęciami?”, *benchmark.pl*, 10 marzec 2017, <https://www.benchmark.pl/aktualnosci/historia-instagrama-czy-obecne-zmiany-sa-dobrym-pomyslem.html>.

⁴⁹⁴ Por. „Historia powstania Instagrama”, *socialmedia.biz.pl*, dostęp 4 styczeń 2021, <https://socialmedia.biz.pl/historia-powstania-instagram/>.

⁴⁹⁵ Żebruń, „Historia Instagrama - czy podąża w dobrym kierunku dodając albumy ze zdjęciami?”

Istotą tej nieskomplikowanej intuicyjnej aplikacji jest dzielenie się z użytkownikami momentami z życia, zdjęciami, a także filmikami. Posiada wiele ciekawych funkcji, których z roku na rok jest coraz więcej. Prowadzenie transmisji na żywo, konto firmowe czy zbieranie datków na organizacje charytatywne to tylko kilka funkcji, które obecnie Instagram oferuje użytkownikom⁴⁹⁶.

Instagram to fotograficzna sieć społecznościowa. Jej użytkownicy wykonują zdjęcia za pomocą aparatów wbudowanych w smartfony, nakładają na nie odpowiednie filtry i publikują – to znaczy wysyłają w świat, by dzielić się fragmentami swojego życia. W serwisie publikowane są najzwyklejsze zdjęcia dotyczące codziennego życia, ale także związane z działalnością, zainteresowaniami, ważnymi wydarzeniami⁴⁹⁷. O Instagramie mówi się, że jest to jedna z najbardziej popularnych platform mediów społecznościowych we wszystkich grupach wiekowych. W Polsce w 2019 roku z Instagrama korzystało prawie 7 milionów użytkowników, z czego 59,1% to kobiety⁴⁹⁸.

Algorytm działania Instagrama – czyli, to co użytkownik widzi na ekranie swojego smartfona zależy jest od społeczności jaka wytworzyła się wokół użytkownika, czyli od gustów i zainteresowań osób obserwujących i obserwowanych. W ostatnim jednak czasie do procesu decydowania o zawartości wyświetlanej treści włącza się silnik Instagrama i decyduje co warto pokazać w pierwszej kolejności⁴⁹⁹.

W ciągu istnienia Instagrama zmienił się on pod względem wyglądu, jak i funkcji, które na tę chwilę oferuje użytkownikom. Obecnie jest on dużo bardziej przejrzysty i daje ogromne możliwości. W serwisie coraz częściej publikowane są profesjonalne fotografie, co sprawia, że pojawia się coraz więcej kont biznesowych czy też profili influencerskich, które zarabiają dzięki tej platformie społecznościowej. Użytkowników przyciągają także osoby znane, aktorzy czy sportowcy⁵⁰⁰.

⁴⁹⁶ „Instagram - historia, idea, wzloty, upadki i wyzwania”, ideoforce.pl, 28 grudzień 2020, <https://www.ideoforce.pl/wiedza/instagram-historia-idea-wzloty-upadki-wyzwania-popularnosc,483.html>.

⁴⁹⁷ „Instagram - historia, idea, wzloty, upadki i wyzwania”.

⁴⁹⁸ „Instagram - historia, idea, wzloty, upadki i wyzwania”.

⁴⁹⁹ Żebruń, „Historia Instagrama - czy podąża w dobrym kierunku dodając albumy ze zdjęciami?”

⁵⁰⁰ „Instagram - historia, idea, wzloty, upadki i wyzwania”.

Popularność Instagrama uzasadniona jest jego istotą. Jest to serwis społecznościowy, a właściwie aplikacja mobilna funkcjonująca przede wszystkim na urządzeniach mobilnych – smartfonach, czy tabletach. Dostęp do tych urządzeń użytkownicy mają właściwie w każdej chwili. Z założenia jest to serwis prosty w obsłudze i co ważne bezpłatny. Instagram skupia się na jednym – mianowicie na zdjęciach, dzięki temu łatwiej wypromować jakąś markę, czy nawet ideę. Użytkownicy Instagrama łatwo wchodzą w interakcje: przede wszystkim komentują, lajkują i udostępniają treści⁵⁰¹.

Na Instagramie można znaleźć oficjalne profile instytucji i osób kościelnych. Pośród nich warto wymienić Oficjalne konto Wiadomości Watykańskich zawierające treści przygotowane przez biura medialne Dykasterii Komunikacji Stolicy Apostolskiej⁵⁰² czy chociażby konto papieża Franciszka⁵⁰³. Istnienie takich profili wpisuje się w dzieło ewangelizacyjne oddziaływując na społeczeństwo informacyjne jako „łagodna siła”, której działanie zostało omówione wcześniej.

2.3.2.4. Twitter

Twitter to internetowa aplikacja społecznościowa, pozwalająca na mikroblogowanie, czyli publikowanie przez użytkowników krótkich wiadomości, ograniczonych górną liczbą znaków⁵⁰⁴. Pomysł stworzenia takiego portalu zrodził się już w 2000 roku, jednakże prace na serwisem rozpoczęły się dopiero w 2006. Nad projektem

⁵⁰¹ „Instagram - historia, idea, wzloty, upadki i wyzwania”.

⁵⁰² <https://www.instagram.com/vaticannews/>

⁵⁰³ <https://www.instagram.com/franciscus/>

⁵⁰⁴ „Twitter”, wprost, dostęp 7 styczeń 2021, <https://www.wprost.pl/tematy/10127983/twitter.html>.

pracowało pięcioro przyjaciół: Noah Glass, Jack Dorsey, Florian Weber oraz Ev Williams⁵⁰⁵.

Serwis początkowo miał nazywać się „Friendstalker” (w tłumaczeniu - prześladowca przyjaciół). Nazwa miała oddawać ideę serwisu. Kolejnym pomysłem na nazwę było następnie „Vibrate”, co według samych twórców mogło przynosić na myśl dziwne skojarzenia. Ostatecznie Glass wpadł na słowo *tweet*, z angielskiego ćwierkać, świergotać. Nazwa wyraźnie zdefiniowała koncepcję logo serwisu. Powstało ono za pośrednictwem Stone’a, który był wielkim fanem koszykarza Larry’ego Birda. Nazywając białego ptaszka na niebieskim tle Larry The Bird, współzałożyciel serwisu, jak zauważa Maksymowicz, puścił perskie oko w stronę sportowca⁵⁰⁶.

Od początku istnienia portalu zakładano jego obsługę przy pomocy telefonu komórkowego. Do funkcjonowania usługi wykupiono numer 89887 (TWTTR), zaś zasady konfiguracji profilu czy dodawania nowych statusów za pomocą wiadomości SMS zostały spisane w specjalnym dokumencie. Najbardziej wyróżniającą serwis cechą jest ograniczenie do 140 znaków publikowanych wiadomości. Sprawilo to, że udostępniane komunikaty stały się zwięzłe i konkretne. Dzięki temu zabiegowi serwis jest bardzo przejrzysty, zaś tablice postów wyglądają estetycznie⁵⁰⁷.

Powstawanie serwisu i jego określenie związane było z pewnymi trudnościami. Pierwsza oficjalna aktualizacja Twittera odbyła się 21 marca 2006 roku. Pierwotnie jednak strona różniła się sporo od tego, jak wygląda dzisiaj. Prócz popularnego „obserwuj” („follow”) istniały między innymi takie funkcje, jak: „wielbij” (uzyskiwanie informacji o każdej zmianie statusu obserwowanego użytkownika) czy „zaśnij” (wstrzymanie odbierania informacji o aktualizacjach obserwowanego użytkownika). Nie od razu powstała też tak charakterystyczna koncepcja „140 znaków”. Początkowo tweety miały ograniczenie do 160 znaków, ze względu na to, że taką ich liczbę oferowali

⁵⁰⁵ J. Kowalska, „Wyćwierkany sukces – historia Twittera”, marketingbiznes, 16 luty 2017, <https://marketingbiznes.pl/social-media/wycwierkany-sukces-historia-twittera/>.

⁵⁰⁶ P. Maksymowicz, „Twitter - co to jest? Jak Twitter radzi sobie w Polsce?”, whitepress, dostęp 7 stycznia 2021, <https://www.whitepress.pl/baza-wiedzy/245/twitter-co-to-jest-jak-twitter-radzi-sobie-w-polsce>.

⁵⁰⁷ Kowalska, „Wyćwierkany sukces – historia Twittera”.

operatorzy sieci komórkowych. Z czasem też użytkownicy zaczęli stosować znak „@” oraz popularne hasztagi⁵⁰⁸. Warto zaznaczyć, że te działania miały charakter oddolny – nie były narzucone przez twórców serwisu⁵⁰⁹.

Początkowo treści zamieszczane w serwisie miały dotyczyć rzeczy błahych – typu *jem obiad w @nazwa kawiarni*. Jednak ostatecznie jest on wykorzystywany przede wszystkim przez polityków⁵¹⁰, dziennikarzy⁵¹¹, ludzi z show biznesu⁵¹², firmy⁵¹³, ale także przez ludzi Kościoła⁵¹⁴. Twitter jest platformą do publikowania nie tylko swoich myśli, ciekawych artykułów, ale również do wyrażania swojego światopoglądu⁵¹⁵.

Obecnie śmiało można powiedzieć, że Twitter to najbardziej popularny mikroblog na świecie. Niemalże od początku swoje istnienia zrewolucjonizował metodę komunikacji w Internecie. Dzięki niemu każdy mógł stać się reporterem i publikować ważne informacje na długo przed światowymi serwisami informacyjnymi⁵¹⁶. Dlatego

⁵⁰⁸ Wikipedia podaje, że hasztag „(z ang. hashtag) – słowo lub wyrażenie poprzedzone symbolem # (ang. hash), bez użycia spacji, będące formą znacznika (ang. tag). Krótkie wiadomości na mikroblogach i serwisach społecznościowych takich jak Facebook, Twitter, Instagram, czy Wykop.pl mogą być oznaczone przez dodanie kratki przed ważnymi słowami (bez spacji) albo wystąpić w zdaniu. Hasztagi umożliwiają grupowanie wiadomości, ponieważ można wyszukać komunikaty, w których zawarto dany hasztag. Wyszukiwanie obejmuje tylko jeden serwis internetowy, dlatego hasztag nie może być powiązany z wiadomościami z innego serwisu” „Hasztag”, w *Wikipedia*, dostęp 14 luty 2022, <https://pl.wikipedia.org/wiki/Hasztag>.

⁵⁰⁹ M. Siudak, „Historia o tych, którzy chcieli sprawić, by ludzie byli mniej samotni”, *Media, Kultura, Komunikacja Społeczna: zeszyty naukowe Instytutu Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej UWM*. 11, nr 4 (2015): 147–48.

⁵¹⁰ <https://twitter.com/MorawieckiM>

⁵¹¹ <https://twitter.com/tterlikowski>

⁵¹² <https://twitter.com/GesslerM>

⁵¹³ https://twitter.com/Grupa_Azoty

⁵¹⁴ https://twitter.com/Pontifex_pl

⁵¹⁵ Maksymowicz, „Twitter - co to jest? Jak Twitter radzi sobie w Polsce?”

⁵¹⁶ Kowalska, „Wyćwierkany sukces – historia Twittera”.

warto podkreślić, że Twitter ma potężny wpływ na rzeczywistość. Informacje w nim umieszczane rozprzestrzeniają się w ułamku sekundy⁵¹⁷. Najbardziej dobitny przykład wpływu na wydarzenia społeczne omawianego serwisu opisuje Siudak: „Największa popularność Twittera, związana z tworzeniem społeczeństwa w Sieci, przypadła na czerwiec 2009 roku. Wówczas Mahmud Ahmadineżad wygrał wybory prezydenckie w Iranie. Jak się okazało – sfałszowane wybory. Po ogłoszeniu wyników zarówno konkurenci prezydenta, jak i zwykli obywatele zaczęli wyrażać swoje zaniepokojenie zaistniałym faktem. Młodzi «gromadzili się» w Internecie, na Twitterze i Facebooku (w istocie nawiązując dzięki Sieci liczne interakcje), a potem wyszli na ulice. Taką genezę ma «arabska wiosna». Wykorzystywanie przez mieszkańców Iranu zasobów Internetu, głównie portali społecznościowych, zadecydowało o sukcesie wystąpień przeciw złej kondycji państwa. Sieć była głównym miejscem wymiany opinii i krytykowania władzy. Tutaj informowano o antyrządowych akcjach, a także mobilizowano społeczność arabską do działania. Twitter stał się narzędziem w rękach rewolucjonistów. Narzędziem na tyle ważnym, że twórcy serwisu otrzymali list z prośbą o przesunięcie zaplanowanych prac konserwacyjnych strony tak, aby jeden z protestów Irańczyków mógł odbyć się z dostępem do mikroblogu”⁵¹⁸.

Obecnie w regulaminach i zasadach Twittera można przeczytać, że jego celem jest: „stworzenie globalnej przestrzeni do rozmowy”⁵¹⁹. Sprawne funkcjonowanie tej przestrzeni omawiają poszczególne zasady Twittera. Omówią one o kwestiach bezpieczeństwa wyszczególniając zagadnienia przemocy, terroryzmu/brutalnego ekstremizmu, dziecięcej pornografii, nadużyć, nękań i innych. Dotyczą także kwestii prywatności i autentyczności, gdzie nad wyraz ciekawy jest podpunkt mówiący o integralności obywatelskiej. Jego fragment brzmi: „niedozwolone jest korzystanie

⁵¹⁷ Maksymowicz, „Twitter - co to jest? Jak Twitter radzi sobie w Polsce?”

⁵¹⁸ Siudak, „Historia o tych, którzy chcieli sprawić, by ludzie byli mniej samotni”, 145.

⁵¹⁹ „Zasady Twittera”, dostęp 7 styczeń 2021, <https://help.twitter.com/pl/rules-and-policies/twitter-rules>.

z usług Twittera w celu wpływania na wybory czy inne procesy obywatelskie lub ich zakłócania”⁵²⁰.

Według najnowszych badań użytkownicy Twittera zainteresowani są głównie wszystkimi tematami bieżącymi: ze świata polityki, sportu, gospodarki, a także życia celebrytów. Osobami, które są najbardziej popularne i cieszą się największym zainteresowaniem wśród fanów są tzw. liderzy opinii publicznej – politycy, dziennikarze, piosenkarze, artyści, twórcy oprogramowania, celebryci czy eksperci z danej dziedziny⁵²¹.

Prowadząc kwerendę dotyczącą omawianego serwisu można natknąć się na zdania, że w Polsce Twitter ma niewielu użytkowników. Zaznaczyć jednak trzeba, że jest on mimo wszystko traktowany jako jeden z wiodących serwisów społecznościowych⁵²². Wskazuje się mimo to, że choć liczba użytkowników rośnie, to Twitter lata świetności ma już za sobą i traktowany jest przez wielu jako „miejsce dyskusji polityków i trolli”⁵²³.

Twitter sprawdza się doskonale dla osób, które prowadzą działania *personal brandingowe*, a także dla tych, którzy korzystają z platformy, aby ułatwić szeroko pojętą komunikację⁵²⁴. Wspomniane działania opisywane przez stosunkowo nowe pojęcie oznaczają budowanie własnej marki, poprzez zarządzanie swoim wizerunkiem. Najwięcej o *personal branding*u mówi się w odniesieniu do osób działających w branży rozrywkowej i politycznej⁵²⁵. Można powiedzieć, że rozwój Twittera w kierunku platformy *social newsowej* sprawił, że w chwili obecnej stanowi on definicję tego pojęcia. *Wall newsowy*, tematy, popularne hasztagi, podpowiedzi dotyczące obserwowania,

⁵²⁰ Zasady Twittera.

⁵²¹ R. Skowron, „Twitter 2006 – 2020 – co się zmieniło?”, [radekskowron.pl](https://radekskowron.pl/twitter-2006-2020-co-sie-zmienilo/), 20 styczeń 2020, <https://radekskowron.pl/twitter-2006-2020-co-sie-zmienilo/>.

⁵²² Maksymowicz, „Twitter - co to jest? Jak Twitter radzi sobie w Polsce?”

⁵²³ Skowron, „Twitter 2006 – 2020 – co się zmieniło?”

⁵²⁴ Skowron.

⁵²⁵ „Personal branding - na czym dokładnie polega?”, *Poradnik Przedsiębiorcy*, 12 kwiecień 2018, <https://poradnikprzedsiębiorcy.pl/-na-czym-polega-personal-branding>.

to wszystko pozwala wskazywać na fakt, że Twitter buduje swój własny styl *social mediów* i zmierza w kierunku rozgraniczenia mediów społecznościowych ze względu na grupę docelową⁵²⁶. Radek Skowron – specjalista w komunikacji wizerunkowej wskazuje, że „Twitter w najbliższych miesiącach i latach może nawet nieco utracić swój dwutorowy przebieg komunikacji nadawca-odbiorca (pętla) na rzecz zintensyfikowanego komunikowania się wyłącznie po stronie twórcy (właściciele popularnych profili) bez większego odbioru po stronie obserwatorów. W obecnych czasach reakcją jest także zwykły lajk czy serduszko [...], wchodzenie w dyskusje wiąże się przecież nie tylko w jednym komentarzem, ale i z kolejnymi, a coraz mniejsza liczba osób chce to robić”⁵²⁷.

Podobnie jak w przypadku wcześniej omawianych serwisów społecznościowych także w przypadku Twittera szerokie jest spektrum możliwości wykorzystania go jako narzędzia ewangelizacyjnego. Chodzi przede wszystkim o obecność. Ludzie Kościoła korzystając z Twittera mają możliwość zabierania głosu, komentowania bieżących wydarzeń w świetle Ewangelii i nauczania Kościoła. Ich obecność staje się obecnością Dobrej Nowiny⁵²⁸.

2.3.2.5. TikTok

TikTok według badań z 2019 roku jest jedną z bardziej popularnych aplikacji społecznościowych, wyprzedzającą w liczbie pobrań Facebooka. Instagrama,

⁵²⁶ Skowron, „Twitter 2006 – 2020 – co się zmieniło?”

⁵²⁷ Skowron.

⁵²⁸ O aktywności biskupów polskich na Twitterze pisał w 2015 roku tygodnik Newsweek. „Pierwszy raz w historii inicjatywa „Tydzień wychowania” ruszy także na Twitterze. [...] Hierarchowie pod hasztagiem #wychowanie będą ćwierkać ewangelię. W akcji udział weźmie m.in przewodniczący episkopatu abp Stanisław Gądecki czy prymas Polski abp Wojciech Polak”. „Ewangelizacja online. Biskupi będą «łowić» na Twitterze”, newsweek.pl, 11 wrzesień 2015, <https://www.newsweek.pl/polska/ksieza-i-biskupi-na-twitterze-wychowanie/yys2tdv>.

czy YouTube⁵²⁹. W roku 2020 TikTok zajął pierwsze miejsce w rankingu najczęściej pobieranych aplikacji, wyprzedzając WhatsApp czy Instagram⁵³⁰. Historia tej aplikacji sięga do 2014 roku, kiedy powstała aplikacja Musical.ly, w której użytkownicy mogli dodawać i oglądać krótkie (kilkunastosekundowe) filmy głównie z tańcem do popularnych piosenek. W 2016 roku powstała w Chinach aplikacja Douyun z założenia podobna do Musical.ly. W wyniku działań biznesowych i połączenia obu aplikacji powstał TikTok⁵³¹.

Celem aplikacji jest udostępnianie krótkich materiałów wideo. TikTok miał być w założeniu muzycznym wyzwaniem, musicałem, a tworzenie materiałów na ten kanał miało być równie proste jak ich oglądanie. O ile sama idea krótkich filmów nie jest nowa – takie możliwości są chociażby w Snapchacie czy InstaStory, o tyle TikTok wyróżnia się sposobem angażowania swoich widzów. Cała potęga TikTok’a wynika z dość oryginalnego podejścia do powielania treści. W bardzo popularnym YouTube, czy w telewizji linearnej odbiorca skupia się na wyszukiwaniu zróżnicowanych treści, natomiast TikTok skupia się na powielaniu treści, zaś jego siłą i motorem napędowym są tzw. trendy i *challenge* (czyli różne mody i wyzwania)⁵³².

Najbardziej popularne konta na TikTok’u prowadzą osoby młode. To właśnie tej grupie forma komunikowania się ze światem, jaką proponuje TikTok najbardziej odpowiada⁵³³. Strategia działania serwisu ukierunkowana jest na tzw. *millenialsów* i *pokolenie Z*. Do tej grupy użytkowników adresowane są trendy i *challenge*. Reasumując

⁵²⁹ M. Mazurek, „TikTok – co to jest? Przewodnik dla rodziców”, *zuch.media*, 6 listopad 2019, <https://zuch.media/tiktok-co-to-jest-przewodnik-dla-rodzicow/>.

⁵³⁰ „TikTok bez tajemnic. Co trzeba wiedzieć, jeśli jeszcze z niego nie korzystasz?”, *komputerświat*, 20 maj 2020, <https://www.komputerświat.pl/artykuly/redakcyjne/tiktok-bez-tajemnic-co-trzeba-wiedziec-jesli-jeszcze-z-niego-nie-korzystasz/w540bpc>.

⁵³¹ Mazurek, „TikTok – co to jest? Przewodnik dla rodziców”.

⁵³² Mazurek.

⁵³³ „Co to jest TikTok i jak z niego korzystać?”, *edziadkowie.pl*, 26 maj 2020, <https://edziadkowie.pl/co-jest-tiktok-i-jak-z-niego-korzystac/>.

wygląd, sposób użytkowania i komunikowania, muzyka, klimat, moda – to wszystko ma angażować przede wszystkim młodzież⁵³⁴.

Autor bloga *zuch.media* zauważa, że: „ponad połowa użytkowników jest aktywnymi twórcami treści. Osoby, które nigdy wcześniej nie publikowały niczego swojego, a tylko obserwowały, tu właśnie stają się twórcami”⁵³⁵. To pokazuje jak wielką zmianę w korzystaniu z mediów społecznościowych spowodowało pojawienie się tej nowej aplikacji. Jednocześnie jej obecność wskazuje na dynamizm zmian jakie zachodzą, jeśli chodzi o oczekiwania w stosunku do mediów społecznościowych. Okazuje się, że osoby w wieku średnim mogą już nie zrozumieć zachwyty młodego pokolenia nad tworzonymi i publikowanymi treściami. Celnie wskazuje na to Mazurek pisząc: „ściśle targetowanie jest chyba największą przyczyną niezrozumienia serwisu właśnie przez rodziców, czy generalnie ludzi 35+. TikTok nie jest głupi. On po prostu nie jest dla Was”⁵³⁶.

Zastanawiając się nad możliwościami oferowanymi przez TikTok – czyli, co on może wnieść w życie młodego człowieka, należy wskazać na kilka rzeczy. Na pierwszym miejscu znajduje się oczywiście rozrywka, później nawiązywanie kontaktów, czy też inspiracja twórcza, nauka tańca, śpiewu, czy też zdobywanie umiejętności w przygotowywaniu filmów wideo. Nie sposób nie wspomnieć o zagrożeniach pośród których na pierwszym miejscu zdecydowanie znajduje się hejt, złośliwe komentarze, ale także nagość bliska treściom pornograficznym, czy kradzież tożsamości⁵³⁷.

Warto zwrócić uwagę, na fakt, że korzystanie z TikTok’a, tylko na zasadzie bycia odbiorcą treści nie musi być związane z zakładaniem kolejnego konta w mediach społecznościowych. By móc oglądać filmy poszczególnych użytkowników wystarczy tylko znać ich nick, który należy wpisać w przeglądarce internetowej⁵³⁸. Dotyczy to

⁵³⁴ Mazurek, „TikTok – co to jest? Przewodnik dla rodziców”.

⁵³⁵ Mazurek.

⁵³⁶ Mazurek.

⁵³⁷ „Co to jest TikTok i jak z niego korzystać?”

⁵³⁸ „Co to jest TikTok i jak z niego korzystać?”

oczywiście kont, które ustawione są jako publiczne. TikTok dopuszcza zmianę ustawienia prywatności konta, tak by dostęp do niego mieli tylko znajomi z serwisu⁵³⁹.

Obecnie w serwisie TikTok można coraz częściej spotkać konta prowadzone przez księży. Warto tu przywołać profil *Ksiądz z osiedla*⁵⁴⁰, czy też *Ksiądz Skaut*⁵⁴¹. Pierwsze z wspomnianych kont jest obserwowane przez prawie 53 tysiące użytkowników, drugie przez ponad 900 użytkowników⁵⁴². Różnice w liczbie obserwujących wskazują, że serwis ten jest dopiero odkrywany przez ewangelizatorów. Jako nowość staje się kolejnym areopagiem głoszenia Ewangelii. Jednakże jego świeżość nie może zwalniać z braku obecności w jego przestrzeni tych, którzy mają za zadanie głosić orędzie Dobrej Nowiny.

2.3.3. Kościół powszechny wobec nowych mediów

Powołaniu Kościoła w dobie komputerów stało się tematem 24. Orędzia na Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. Jest to pierwsza oficjalna wypowiedź magisterium Kościoła w odniesieniu do technologii informacyjnej. W orędziu wskazano, że owa technologia „pozwała nam gromadzić informacje w ogromnych systemach sztucznej pamięci stworzonych przez człowieka, umożliwiając przez to szeroki i bezpośredni dostęp do wiedzy stanowiącej nasze ludzkie dziedzictwo, do tradycji i nauczania Kościoła, do historii i tradycji Kościołów lokalnych, zakonów i instytutów świeckich”⁵⁴³. W jednym z kolejnych orędzi Jan Paweł II mówi o powołaniu Kościoła: „Dla Kościoła nowy świat cyberprzestrzeni jest wezwaniem do wielkiej

⁵³⁹ „TikTok bez tajemnic. Co trzeba wiedzieć, jeśli jeszcze z niego nie korzystasz?”

⁵⁴⁰ https://www.tiktok.com/@ksiadz_z_osiedla

⁵⁴¹ https://www.tiktok.com/@ksiadz_skaut

⁵⁴² Dane na 07.03.2022.

⁵⁴³ Jan Paweł II, „Orędzie na 24. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. Misja Kościoła w erze komputerów”, w *Jan Paweł II - orędzia na Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. Konkordancja*, red. D. Sonak i inni (Lublin-Olsztyn, 2015), 127.

przygody w posługiwaniu się jej potencjałem dla głoszenia orędzia ewangelicznego. To wyzwanie jest u początku tego tysiąclecia istotą znaczenia naśladowania Chrystusa i jego nakazu: *Duc in altum!* (Łk 5,4)⁵⁴⁴. Konkludując swoją wypowiedź papież pisze: „Internet pozwala miliardom obrazów ukazywać się na milionach ekranów na całym świecie. Czy z tej galaktyki obrazów i dźwięków wyłoni się oblicze Chrystusa? Czy będzie słycać Jego głos? Tylko wtedy, kiedy będzie można widzieć Jego oblicze i słyszeć Jego głos, świat pozna dobrą nowinę naszego odkupienia. To jest celem ewangelizacji i to uczyni Internet prawdziwie ludzką przestrzenią, gdyż, jeżeli nie ma miejsca dla Chrystusa, to nie ma go także dla człowieka”⁵⁴⁵.

Nowoczesne środki komunikacji powinny być dla Kościoła wsparciem w dziele ewangelizacji⁵⁴⁶. Jakże wyraziście mówi o tym Jan Paweł II: „Środki przekazu są dla Kościoła cenną pomocą w szerzeniu Ewangelii i wartości religijnych, w rozwijaniu dialogu oraz współpracy ekumenicznej i międzyreligijnej, a także w obronie trwałych zasad, które są niezbędne przy budowie społeczeństwa szanującego godność człowieka i dbającego o wspólne dobro. Kościół chętnie się nimi posługuje, aby dostarczać informacji o sobie i poszerzać zasięg ewangelizacji, katechezy i formacji. Korzystanie z nich traktuje jako odpowiedź na polecenie Chrystusa: «Idźcie na cały świat i głoscie Ewangelię wszelkiemu stworzeniu!» (Mk 16, 15)”⁵⁴⁷.

Myśli swojego poprzednika podejmuje papież Benedykt XVI. *W Orędziu na 40. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu* podkreśla, że „dzięki postępom techniki media w pewnym sensie pokonały czas i przestrzeń, umożliwiając natychmiastową i bezpośrednią komunikację między ludźmi, nawet jeśli dzielą ich

⁵⁴⁴ Jan Paweł II, „Orędzie na 36. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. Internet: nowe forum głoszenia Ewangelii”, w *Jan Paweł II. Dzieła zebrane*, red. P. Ptasznik i in., t. IV Konstytucje apostolskie Listy Motu Proprio i Bulle Orędzia na Światowe Dni, 2007, akap. 2.

⁵⁴⁵ Jan Paweł II, akap. 6.

⁵⁴⁶ M. Makula, „Social media jako narzędzie ewangelizacji i komunikacji w Kenii”, *Studia Elckie* 21, nr 4 (2019): 481.

⁵⁴⁷ RS, 7.

wielkie odległości”⁵⁴⁸. To stwierdzenie papieża oddaje charakter globalnej wioski jaką stał się dziś świat. W podobnym tonie wypowiada się Papież Franciszek, kiedy pisze o świecie, który staje się coraz „mniejszy”, i gdzie zbliżenie osób do siebie powinno być łatwiejsze. Dodaje on także: „w tym świecie *media* mogą nam pomóc poczuć się bliżsi jedni drugim, tworząc odnowione poczucie jedności ludzkiej rodziny, które pobudza do solidarności i do poważnego zaangażowania na rzecz bardziej godnego życia”⁵⁴⁹. O ograniczaniu czasu i przestrzeni, które w jakimś sensie stanowiły przeszkodę w komunikacji, poprzez rozwój szeregu mediów począwszy od telegrafu, telefonu, radia i telewizji wspomina także dokument Papieskiej Rady ds. Środków Społecznego Przekazu⁵⁵⁰.

Z wielką pasterską troską Benedykt XVI wskazuje na nowe możliwości mówiąc: „otwierają się perspektywy jeszcze niedawno nie do pomyślenia, które budzą zdumienie możliwościami stwarzanymi przez nowe środki, a zarazem zmuszają w sposób coraz bardziej naglący do podjęcia poważnej refleksji nad znaczeniem przekazu w epoce cyfrowej”⁵⁵¹. Owa troska pasterska przejawiała się także w innych wypowiedziach, jak chociażby: „wierzący dostrzegają bowiem coraz bardziej, że jeśli Dobrej Nowiny nie będzie można poznać także w świecie cyfrowym, to może być ona nieobecna w doświadczeniu wielu osób, dla których ta przestrzeń egzystencjalna jest ważna. Świat cyfrowy nie jest światem paralelnym ani czysto wirtualnym, lecz dla wielu ludzi,

⁵⁴⁸ Benedykt XVI, „Orędzie na 40. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. Środki przekazu: sieć komunikacji, jedności i współpracy”, w *Benedykt XVI - orędzia na Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. Warsztat edytorski*, red. G. Umiński i in. (Lublin, 2013), akap. 2.

⁵⁴⁹ Franciszek, „Orędzie na 48. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. Przekaz w służbie autentycznej kultury spotkania”, 2014, http://www.vatican.va/content/francesco/pl/messages/communications/documents/papa-francesco_20140124_messaggio-comunicazioni-sociali.html.

⁵⁵⁰ Papieska Rada ds. Środków Społecznego Przekazu, „Etyka w Internecie”, w *Internet i (nie)moralność*, przez M. Wyrostkiewicz (Lublin, 2015), 337.

⁵⁵¹ Benedykt XVI, „Orędzie na 45. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. Nowe technologie komunikacyjne i głoszenie Ewangelii”, w *Benedykt XVI - orędzia na Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. Warsztat edytorski*, red. G. Umiński i in. (Lublin, 2013), 65–68.

zwłaszcza najmłodszych, stanowi część codziennej rzeczywistości. Sieci społecznościowe są owocem ludzkiej interakcji, ale same z kolei nadają nowe kształty dynamice komunikacji, tworzącej relacje: uważne zrozumienie tego środowiska jest zatem warunkiem wstępnym znaczącej w nim obecności⁵⁵². We wcześniejszym dokumencie można zaś przeczytać: „Wraz z upowszechnieniem się nowych technologii obowiązek głoszenia nie tylko wzrasta, ale staje się coraz bardziej naglący i wymaga bardziej umotywowanego i skutecznego zaangażowania⁵⁵³. W tym także orędziu papież wskazuje wręcz na konieczność obecności kapłana w świecie cyfrowym z zaznaczeniem wierności przesłaniu ewangelicznemu. Owa obecność powinna mieć także charakter animatora wspólnot⁵⁵⁴. Przy całym uznaniu dla nowych technologii warto zauważyć także wezwanie papieża do niezatrącania kontaktu realnego – dotyczy to także dzieła ewangelizacji. „Ważne jest, aby zawsze pamiętać, że kontakt wirtualny nie może i nie powinien zastępować bezpośredniego kontaktu ludzkiego z osobami, na wszystkich poziomach naszego życia⁵⁵⁵”.

Papież Benedykt XVI w *Orędziu na 47. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu* pochyła się bezpośrednio nad serwisami społecznościowymi – jako portalami prawdy i nowymi przestrzeniami ewangelizacji. Benedykt XVI nazywa je nową „agorą” – otwartą przestrzenią publiczną, gdzie ludzie dzielą się swoimi pomysłami, informacjami, opiniami i gdzie mogą również tworzyć się nowe więzi i formy wspólnoty⁵⁵⁶. Papież prowadząc swoją wypowiedź o *social mediach* wskazuje

⁵⁵² Benedykt XVI, „Orędzie na 47. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. Serwisy społecznościowe: portale prawdy i wiary; nowe przestrzenie ewangelizacji”, w *Benedykt XVI - orędzia na Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. Warsztat edytorski*, red. G. Umiński i in. (Lublin, 2013), 88.

⁵⁵³ Benedykt XVI, „Orędzie na 44. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. Kapłan i duszpasterstwo w świecie cyfrowym: nowe media w służbie Słowa”.

⁵⁵⁴ Benedykt XVI.

⁵⁵⁵ Benedykt XVI, „Orędzie na 45. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. Nowe technologie komunikacyjne i głoszenie Ewangelii”.

⁵⁵⁶ Benedykt XVI, „Orędzie na 47. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. Serwisy społecznościowe: portale prawdy i wiary; nowe przestrzenie ewangelizacji”.

na możliwości jakie one niosą. Jedną z kluczowych jest budowanie więzi czy zacieśnianie przyjaźni, prowadzące ostatecznie do budowania wspólnoty poprzez dialog⁵⁵⁷. W dialogu międzyludzkim zaś możliwe jest dawanie świadectwa swojej wiary i o takie właśnie świadectwo zwraca się papież kierując swoje słowa do młodych katolików⁵⁵⁸.

Wczytując się w orędzie Papieża Benedykta poświęcone serwisom społecznościowym warto wskazać na kolejne aspekty poruszane przez biskupa Rzymu. Benedykt zauważa, że portale są miejscem szukania odpowiedzi na pytania, rozrywki, ale także miejscem dzielenia się swoimi umiejętnościami i wiedzą. Serwisy społecznościowe powinny być powszechne tak by znalazło się w nich miejsce dla tych, którzy pragną głosić orędzie Jezusa. Niezbędna jest także autentyczność ludzi wierzących korzystających z serwisów społecznościowych⁵⁵⁹.

Papież Franciszek kontynuując dzieło swych poprzedników w *Orędziu na 53. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu* naucza: „Dzisiaj środowisko medialne jest tak wszechobecne, że nie sposób je niemal odróżnić od sfery życia codziennego. Sieć jest bogactwem naszych czasów. Jest źródłem wiedzy i relacji niegdyś niewyobrażalnych. [...] Jeśli wspólnota kościelna koordynuje swoją działalność poprzez sieć, a następnie wspólnie sprawuje Eucharystię, to jest ona bogactwem. Jeśli sieć jest szansą, by przybliżyć mnie do dziejów i doświadczeń piękna lub cierpienia fizycznie dalekich ode mnie, do wspólnej modlitwy i szukania dobra w ponownym odkryciu tego, co nas łączy, to jest to bogactwo”⁵⁶⁰.

Franciszek podejmując myśl Benedykta XVI o budowaniu relacji poprzez dialog przy wykorzystaniu dobrodziejstw technologii określa komunikację jako nośnik Bożej

⁵⁵⁷ Benedykt XVI.

⁵⁵⁸ Benedykt XVI, „Orędzie na 43. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. Nowe technologie, nowe relacje. Trzeba rozpowszechnić kulturę szacunku, dialogu i przyjaźni.”, w *Benedykt XVI - orędzia na Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. Warsztat edytorski*, red. G. Umiński i in. (Lublin, 2013), 43–46.

⁵⁵⁹ Benedykt XVI, „Orędzie na 47. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. Serwisy społecznościowe: portale prawdy i wiary; nowe przestrzenie ewangelizacji”.

⁵⁶⁰ Franciszek, „Orędzie na 53. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. «Wszyscy tworzymy jedno» (Ef 4, 25). Od wirtualnych wspólnot społecznościowych do wspólnot ludzkich”, akap. 1.

mocy, przy założeniu, że ludzkie serca i działania inspirowane są Bożą miłością. Sama zaś miłość, jak podkreśla papież ze swej natury jest komunikacją, prowadzi do otwarcia się⁵⁶¹. Franciszek dowartościowując istotę komunikacji wskazuje na media – serwisy społecznościowe jako miejsce spotkania z drugim człowiekiem⁵⁶². Papież podkreśla także, że „dobra komunikacja pomaga nam być bliżej siebie oraz lepiej poznawać siebie nawzajem, w byciu bardziej zjednoczonymi⁵⁶³. Jednakże przy tych pozytywnych założeniach dotyczących budowania relacji opartej na komunikacji w mediach społecznościowych Franciszek zauważa, że „wirtualna wspólnota społecznościowa nie jest automatycznie synonimem wspólnoty. W najlepszych przypadkach wspólnoty są w stanie wykazać spójność i solidarność, ale często pozostają jedynie skupiskami osób, które rozpoznają się wokół interesów lub kwestii charakteryzujących się słabymi więzami. [...] Sieć jest okazją do promowania spotkania z innymi, ale może również zwiększyć naszą samoizolację, jak sieć pajęczna zdolna do usidlenia.”⁵⁶⁴.

Owocem przypatrywania się Kościoła rozwojowi technologii były wspomniane już dokumenty soborowe, czy też wypowiedzi papieży. Zagadnienie Internetu zostało podjęte także w dokumentach opublikowanych przez Papieską Radę ds. Środków Społecznego Przekazu *Kościół a Internet* oraz *Etyka w Internecie* oba wydane w 2002 roku. W dokumentach tych widać wyraźnie zaproszenie do korzystania z możliwości narzędziowych technologii informacyjno-komunikacyjnych. Omawiając kwestie korzystania z Internetu dokument Papieskiej Rady wskazuje: „Daje on ludziom bezpośredni i natychmiastowy dostęp do ważnych zasobów religijnych i duchowych –

⁵⁶¹ Franciszek, „Orędzie na 50. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. «Komunikacja i Miłosierdzie – owocne spotkanie»”, 2016, http://www.vatican.va/content/francesco/pl/messages/communications/documents/papa-francesco_20160124_messaggio-comunicazioni-sociali.html.

⁵⁶² Chmielewski, Durma, i Kusiak, „«Kodeks» social media dla Kościoła katolickiego w Polsce”, 150.

⁵⁶³ Franciszek, „Orędzie na 48. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. Przekaz w służbie autentycznej kultury spotkania”.

⁵⁶⁴ Franciszek, „Orędzie na 53. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. «Wszyscy tworzymy jedno» (Ef 4, 25). Od wirtualnych wspólnot społecznościowych do wspólnot ludzkich”.

wspaniałych bibliotek i muzeów oraz miejsc kultu, dokumentów i nauczania Magisterium, pism Ojców i Doktorów Kościoła oraz duchowej mądrości wieków. Daje szansę przewycięzania odległości i izolacji, umożliwiając ludziom kontakt z podobnie myślącymi ludźmi dobrej woli, którzy łączą się w wirtualnych społecznościach wiary, by nawzajem zachęcać się i wspierać. Kościół może przysłużyć się zarówno katolikom, jak i niekatolikom, wybierając i przekazując za pomocą tego medium użyteczne dane. Internet ma zastosowanie w wielu rodzajach działalności i programach kościelnych – ewangelizacji, w tym zarówno reewangelizacji, nowej ewangelizacji, jak i tradycyjnej misyjnej posłudze *ad gentes*, katechezie i innych rodzajach edukacji, wiadomościach i informacjach, apologetyce, zarządzaniu i administracji oraz pewnych formach duszpasterskiego poradnictwa i kierownictwa duchowego. Chociaż rzeczywistość wirtualna cyberprzestrzeni nie może stać się zamiennikiem prawdziwej wspólnoty ludzkiej, wcielonej rzeczywistości sakramentów i liturgii czy też bezpośredniej proklamacji Ewangelii, może jednak je uzupełniać, przyciągać ludzi do pełniejszego doświadczenia życia wiary i ubogacać religijne życie korzystających z niej osób. Dostarcza ona także Kościołowi środka komunikacji w stosunku do szczególnych grup – młodzieży i młodych osób dorosłych, osób starszych i zamkniętych w domach, żyjących na odległych terenach, członków innych grup religijnych – z którymi kontakt innymi sposobami jest utrudniony.”⁵⁶⁵.

Do nowych mediów odnoszą się biskupi zebrani na V Konferencji Ogólnej Episkopatu Ameryki Łacińskiej i Karaibów – Aparecida, 13–31 maja 2007 roku. Stwierdzają oni: „Mass media wtargnęły do każdej przestrzeni i do każdej rozmowy, przenikając nawet do intymności domowego zacisza. I tak, obok mądrości wielu tradycji do rywalizacji stają wiadomości aktualizowane w każdej minucie, rozproszenie, rozrywka, obrazy ludzi, którzy byli w stanie odnieść sukces, korzystając z osiągnięć techniki, oraz oczekiwania związane z prestiżem i poważaniem w społeczeństwie. W efekcie tego ludzie raz za razem próbują doświadczyć sensu mogącego spełnić wymagania ich powołania tam, gdzie nigdy go nie znajdą”⁵⁶⁶.

⁵⁶⁵ KI, 5.

⁵⁶⁶ *Aparecida. V Ogólna Konferencja Episkopatów Ameryki Łacińskiej i Karaibów. Dokument końcowy. Jesteśmy uczniami i misjonarzami Jezusa Chrystusa, aby nasze narody miały w Nim życie,*

W dokumencie końcowym biskupi Ameryki podkreślają także: „W naszych czasach, będących pod wpływem środków społecznego przekazu, pierwsze głoszenie, katecheza czy późniejsze pogłębianie wiary nie mogą obyć się bez tych środków. Środki te, w służbie Ewangelii, dają możliwość rozszerzenia prawie bez ograniczeń obszaru słuchania Słowa Bożego, docierając z Dobrą Nowiną do milionów ludzi. Kościół czułby się winny przed Bogiem, gdyby nie używał tych potężnych środków, które ludzki intelekt coraz bardziej udoskonala. Za ich pośrednictwem Kościół «rozgłasza publicznie» (por. Mt 10,27; Łk 12,3) orędzie, którego jest depozytariuszem. W nich znajduje nowoczesną i skuteczną wersję «pulpitu». Dzięki nim może mówić do tłumów”⁵⁶⁷.

Omawiając możliwości jakie daje Internet, czy też bardziej szczegółowo *social media*, nie można nie wspomnieć o zagrożeniach jakie one niosą. Mogą one w naznaczonym konsumpcjonizmem i zmediatyzowanym świecie stawać się dla ludzi współczesnych „bożkami” nowych pseudo religii, kiedy człowiek z poszukiwaniem odpowiedzi na pytania o prawdę i sens istnienia rzeczywistości, zamiast do transcendencji zwraca się do samego siebie i wytworów własnej myśli⁵⁶⁸. Jasno wyraża to Jan Paweł II w słowach: „Internet w sposób radykalny zmienia psychologiczny stosunek osoby do przestrzeni i czasu. Uwagę przyciąga to, co dotykalne, użyteczne, natychmiast osiągalne. Może zabraknąć bodźca do głębszej myśli i refleksji, podczas gdy ludzie mają życiową potrzebę czasu i wewnętrznego spokoju na refleksję i zastanawianie się nad życiem i jego tajemnicami oraz po to, aby stopniowo zdobywać dojrzałe panowanie nad sobą i nad otaczającym światem. Wyrozumiałość i mądrość są owocem kontemplacyjnego spojrzenia na świat, a nie wynikają ze zwykłego przyswajania faktów, chociażby bardzo interesujących. Są one wynikiem intuicji przenikającej najgłębsze

tłum. K. Zabawa i K. Łukoszczyk, (Gubin, 2014), 34–35.; por. Przybysz, „Kościół w social media. Komunikacja instytucji eklezjalnych w mediach społecznościowych w perspektywie medioznawczej i teologicznej”, 151.

⁵⁶⁷ *Aparecida. V Ogólna Konferencja Episkopatów Ameryki Łacińskiej i Karaibów. Dokument końcowy. Jesteśmy uczniami i misjonarzami Jezusa Chrystusa, aby nasze narody miały w Nim życie*, tłum. K. Zabawa i K. Łukoszczyk, 235.

⁵⁶⁸ Umiński, *Diecezjalne www w Polsce a nowa ewangelizacja. Poszukiwania teologiczno-medioznawcze.*, 2017, 45.

znaczenie rzeczy w ich wzajemnym powiązaniu ze sobą i z całą rzeczywistością. Co więcej jako forum, w którym praktycznie wszystko jest do przyjęcia, a prawie nic nie jest trwałe, Internet sprzyja relatywistycznemu sposobowi myślenia i czasami służy ucieczce od odpowiedzialności i osobistego zaangażowania”⁵⁶⁹. O zagrożeniach w korzystaniu z nowych mediów mówi Benedykt XVI w encyklice *Spe salvi*, kiedy pisze o postępie: „Bez wątpienia ofiaruje on nowe możliwości dobra, ale też otwiera przepastne możliwości zła — możliwości, które wcześniej nie istniały. Wszyscy staliśmy się świadkami, jak postęp w niewłaściwych rękach może stać się i stał się faktycznie, straszliwym postępem na drodze zła. Jeśli wraz z postępem technicznym nie dokonuje się postęp w formacji etycznej człowieka, we wzrastaniu człowieka wewnętrznego (por. Rz 7, 22; 2 Kor 4, 16), wówczas nie jest on postępem, ale zagrożeniem dla człowieka i dla świata”⁵⁷⁰. Zagadnienie to rozwija w *Orędziu na 42. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu* mówiąc o środkach społecznego przekazu: „Ich niezwykle wpływ na życie osób i społeczeństwa jest faktem powszechnie uznanym, dzisiaj należy jednak uwypuklić przełom, rzekłbym wręcz autentyczną *mutację* roli, którą one przechodzą. Dzisiaj w sposób coraz bardziej wyraźny przekaz wydaje się aspirować nie tylko do przedstawiania rzeczywistości, ale do wpływania na nią dzięki swej władzy i sile sugestii. Można zaobserwować na przykład, że w przypadku pewnych wydarzeń media są wykorzystywane nie po to, by we właściwy sposób informować, lecz by «kreować»”⁵⁷¹.

Przywołane nauczanie Magisterium pokazuje, że Kościół w głosie kolejnych papieży i biskupów trafnie odkrywa możliwości jakie dają nowe media. Mogą one bowiem, co zostało wielokrotnie zaakcentowane, wspomagać dzieło ewangelizacji. Możliwe jest to, dzięki wielkiemu znaczeniu jakie nowe media mają we współczesnym

⁵⁶⁹ Jan Paweł II, „Orędzie na 36. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. Internet: nowe forum głoszenia Ewangelii”, cz. 4.

⁵⁷⁰ SS, 22.

⁵⁷¹ Benedykt XVI, „Orędzie na 42. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. Środki społecznego przekazu na rozdrożu: wiodąca rola czy służba? Szukanie prawdy, by się nią dzielić”, w *Benedykt XVI - orędzia na Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. Warsztat edytorski*, red. G. Umiński i in. (Lublin, 2013), akap. 3.

społeczeństwie. Głos Kościoła może być słyszany dobitniej i bardziej wyraziście co podkreślają zarówno kolejni papieże jaki i biskupi.

2.3.4. Kościół w Polsce wobec nowych mediów

Świat wirtualny, przestrzeń angażującą wiele czasu i energii ludzi współczesnych jest, jak widać swoistym polem działania Kościoła. O tej przestrzeni wirtualnej mówi Przewodniczący Rady ds. Środków Społecznego Przekazu KEP arcybiskup Wacław Depo. Podkreśla on: „dzisiaj żyjemy w rzeczywistości, w której mówienie o określonym czasie przepływu informacji nie ma sensu, bo przestrzeń wirtualna czy bezpośredni przekaz satelitarny zapewniają natychmiastowy obieg obrazu, dźwięku i słowa pisanego”⁵⁷². W przesłaniu z 2020 r. biskup Depo jeszcze raz wskazuje, że „katolickie media pozostają niezwykłą szansą rozpoznawania prawdy i świadectwem odważnej przemiany społeczeństwa na fundamencie Ewangelii Chrystusa, wspartej światłem Ducha Świętego”⁵⁷³. Znaczące jest, że ksiądz biskup w swoich wypowiedziach podkreśla, że media katolickie nie zastępują wychowania chrześcijańskiego, ani katechezy czy homilii, ale je uzupełniają⁵⁷⁴. Prawdą jest, że przesłanie biskupa Depo w pierwszym rzędzie dotyczy gazet, radia czy telewizji. Jednakże taką samą rolę spełnia dziś Internet, nowe medium, które także powinno stać się miejscem formowania sumień, głoszenia Słowa Bożego. Szczególną przestrzenią Internetu współcześnie są media społecznościowe, w których Kościół może a wręcz musi odnajdywać miejsce swojego

⁵⁷² W. Depo, „Słowo Przewodniczącego Rady ds. Środków Społecznego Przekazu KEP na 49. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu w Polsce. Wyzwania moralne i zobowiązania wiary”, 2015, <http://mediadlaewangelii.pl/content.php?ContentId=230>.

⁵⁷³ W. Depo, „Dar i szansa. Przesłanie Przewodniczącego Rady ds. Środków Społecznego Przekazu Konferencji Episkopatu Polski okazji Światowego Dnia Środków Masowego Przekazu”, 2020, <https://fiat.fm/kosciol/dar-i-szansa-przeslanie-arcybiskupa-depo-z-okazji-swiatowego-dnia-srodkow-masowego-przekazu/>.

⁵⁷⁴ Depo, „Słowo Przewodniczącego Rady ds. Środków Społecznego Przekazu KEP na 49. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu w Polsce. Wyzwania moralne i zobowiązania wiary”.

działania. Zauważa ten temat ks. Paweł Rytel-Andrianik, rzecznik prasowy Konferencji Episkopatu Polski. Mówi on między innymi: „92 procent Polaków to katolicy i dlatego obecność Kościoła w mediach społecznościowych – jak to mówią Amerykanie – jest „must be”. Kościół po prostu musi być w mediach społecznościowych. Kiedyś mój znajomy kolega w zakrystii mówi tak: „Ja to nie mam Facebooka”. A drugi ksiądz mówi mu: „Jak ty chcesz dotrzeć do młodzieży, jak ty nie masz Facebooka”. I dlatego to jest po prostu nasze „must be” – musimy być w mediach społecznościowych dlatego, że młodzież jest najbardziej na tym „szóstym kontynencie” – i to nie tylko młodzież – czyli na kontynencie cyfrowym”⁵⁷⁵.

W podobnym tonie wypowiada się nowy rzecznik Konferencji Episkopatu Polski mówiąc, że obecność w mediach społecznościowych jest konieczna we współczesnej komunikacji Kościoła z mediami i wiernymi. Jednocześnie wskazuje, że media społecznościowe są nie tylko szansą dla Kościoła, by dotrzeć do tych, którzy są poza wspólnotą wiernych, ale także by Kościół nie był wyłączony z tej szybkiej i bezpośredniej komunikacji, z której korzystają miliony osób⁵⁷⁶.

Prowadząc kwerendę dotyczącą nauczania Kościoła w Polsce o nowych mediach, a zwłaszcza mediach społecznościowych należy stwierdzić niedosyt oficjalnych wypowiedzi na ten temat. W nielicznych głosach zauważony jest potencjał *social mediów* natomiast brak jest dokumentów całościowo omawiających tę tematykę. W diecezji zamojsko-lubaczowskiej biskup diecezjalny udzielił wywiadu o ewangelizacji w *social mediach*, który zostanie przywołany przy prezentowaniu materiału badawczego w kolejnej części pracy.

⁵⁷⁵ K. Krasowski, „Kościół musi być obecny w mediach społecznościowych”, niedziela.pl, 4 styczeń 2019, <https://www.niedziela.pl/artukul/40071/Kosciol-musi-byc-obecny-w-mediach>.

⁵⁷⁶ BP KEP, „Rzecznik Episkopatu: obecność w mediach społecznościowych jest konieczna w komunikacji Kościoła”, episkopat.pl, 2 wrzesień 2020, <https://episkopat.pl/rzecznik-episkopatu-obecnosc-w-mediach-spoecznościowych-jest-konieczna-w-komunikacji-kosciola/>.

Rozdział 3. *Social media* w użyciu ewangelizatorów zamojsko-lubaczowskich

Niniejsza część dysertacji prezentuje opracowanie zebranych danych empirycznych dotyczących wykorzystywania *social mediów* jako narzędzia ewangelizacyjnego na terenie diecezji zamojsko-lubaczowskiej. Dane zebrano przeprowadzając ankietę wśród księży, kleryków i katechetów, przeprowadzając wywiad z biskupem zamojsko-lubaczowskim oraz prowadząc analizę materiału medialnego.

W literaturze przedmiotu, jak zauważa Umiński, który opracował metodę wykorzystaną w niniejszych poszukiwaniach, odnaleźć można wiele badań dotyczących funkcjonalności i szerokiej możliwości wykorzystywania rozwijających się nowych technologii⁵⁷⁷. Warte przywołania jest zaangażowanie długoletniego rzecznika Konferencji Episkopatu. Przeprowadził on w 2013 roku badania empiryczne, których celem było „określenie skali zasymilowania, głównie narzędzi Web 2.0, w praktyce

⁵⁷⁷ Umiński, *Diecezjalne www w Polsce a nowa ewangelizacja. Poszukiwania teologiczno-medioznawcze.*, 2017, 112.

eklezyjalnej w Polsce”⁵⁷⁸. Jednakże permanentna, systematyczna i konstruktywna refleksja naukowa dotycząca miejsca nowych technologii w dziele ewangelizacji jest wciąż nieodzowna i konieczna⁵⁷⁹. Przywołany powyżej Grzegorz Umiński przeprowadził pierwsze kompleksowe badania użytkownika witryn internetowych przez polskie diecezje. Jego doświadczenie sprawiło, że stał się swego rodzaju przewodnikiem dla autora niniejszej dysertacji.

3.1. Opis badań

Prezentowane w dysertacji badania i ich wyniki są oryginalne i nowatorskie. Nikt bowiem, jak dotąd, nie analizował zaangażowania Kościoła w Polsce w *social media* w zakresie dzieła ewangelizacji. Badanie przeprowadzone na potrzeby niniejszej dysertacji jest więc pierwszym tego rodzaju w Polsce, stąd i bez nadużycia można powiedzieć o jego unikatowości a zatem rezultaty zrealizowanych badań, ich analiza i wnioski mają charakter pionierski.

W prowadzonym działaniu ośrodkiem zainteresowania nie są media same w sobie. Jak podkreśla Drzewiecki⁵⁸⁰ w badaniach kategorii aksjologicznej i teologicznej w centrum zainteresowania badacza pozostaje wykorzystanie mediów przez odbiorców i użytkowników. Istotne są fakty uogólnione, zjawiska kulturowe implikowane mediami⁵⁸¹.

⁵⁷⁸ J. Kloch, *Kościół w Polsce wobec Web 2.0* (Kielce, 2013), 145.

⁵⁷⁹ Umiński, *Diecezjalne www w Polsce a nowa ewangelizacja. Poszukiwania teologiczno-medioznawcze.*, 2017, 113.

⁵⁸⁰ Medioznawca, dr hab. teologii środków społecznego przekazu, profesor nadzwyczajny UKSW, specjalista w zakresie edukacji medialnej. „Piotr Drzewiecki”, *kometa.edu.pl* (blog), dostęp 11 lutego 2022, <https://kometa.edu.pl/baza-ekspertow/80,piotr-drzewiecki>.

⁵⁸¹ P. Drzewiecki, „Teologia społeczności sieciowych. Próba konceptualizacji”, *Biuletyn Edukacji Medialnej*, nr 1 (2017): 13.

3.1.1. Cel i przedmiot badań empirycznych

Cel prezentowanych w tym rozdziale badań empirycznych wpisuje się w cel całej rozprawy. Dane pozyskane i przeanalizowane są niezbędnym elementem osiągnięcia zamierzonych efektów.

Papież Franciszek w adhortacji *Christus vivit* naucza: „Cechą współczesnego świata jest środowisko cyfrowe. Znaczna część ludzkości jest w nim stale i codziennie zanurzona [...]. Internet i sieci społecznościowe stworzyły nowy sposób komunikowania się i tworzenia więzi, i są miejscem, w którym młodzi ludzie spędzają dużo czasu i łatwo się spotykają”⁵⁸². Nawiązując do tej wypowiedzi papieża, ale i do wspomnianym już w poprzednich rozdziałach, nauczaniu Kościoła słuszne wydaje się zbadanie czy Kościół, konkretnie Kościół diecezji zamojsko-lubaczowskiej⁵⁸³ towarzyszy człowiekowi obecnemu w tym nowym technologicznym środowisku życia. Celem więc przeprowadzonego badania ankietowego było sprawdzenie hipotezy mówiącej, że w diecezji zamojsko-lubaczowskiej *social media* wykorzystywane są jako narzędzia ewangelizacyjne. Przedmiotem badań była odpowiedź na pytania: W jakim wymiarze i w jaki sposób *social media* stanowią dla Kościoła zamojsko-lubaczowskiego narzędzie ewangelizacji?

Szukając odpowiedzi na zadane pytania przeprowadzono badanie ankietowe pośród prezbiterów, katechetów i alumnów Wyższego Seminarium Duchownego. Ta grupa odbiorców została zdefiniowana na podstawie stwierdzenia, że pierwszorzędnymi ewangelizatorami są biskupi⁵⁸⁴. Jednakże mają oni do pomocy kapłanów – prezbiterów⁵⁸⁵ oraz katechetów⁵⁸⁶, którzy pełnią dzieło ewangelizacji nie

⁵⁸² ChV, 86-87.

⁵⁸³ Co prawda wszystko co dotyczy Kościoła powszechnego dotyczy także Kościoła partykularnego, jednakże tylko zagadnienia oryginalne będą wprost przywoływane w omawianych wynikach badań.

⁵⁸⁴ DB, 12.

⁵⁸⁵ DP, 2.

⁵⁸⁶ DB, 30.

tylko w czasie katechezy szkolnej⁵⁸⁷. Obowiązkiem biskupów jest także troska o alumnów, którzy kształcić się mają tak, by stali się kapłanami wyposażonymi w głębszą wiedzę i by mogli sprostać różnym potrzebom apostołstwa⁵⁸⁸. Ponadto dokonano analizy materiału medialnego na który składają się strony, profile czy też kanały instytucji diecezjalnych obecne w mediach społecznościowych.

Zaprezentowane efekty mają na celu ukazanie w sposób empiryczny, jak wygląda obecnie stan gotowości i umiejętności wykorzystania nowych narzędzi jakimi są media społecznościowe do misji głoszenia Ewangelii w diecezji zamojsko-lubaczowskiej. Analiza treści zebranego materiału badawczego ma prowadzić do sformułowania postulatów oraz propozycji do jeszcze bardziej owocnego wykorzystywania nowych technologii.

3.1.2. Opis narzędzia badawczego i prowadzenia badań

W badaniu sondażowym jako narzędzie badawcze wykorzystano ankietę internetową⁵⁸⁹ w formie autorskiej przeznaczonej do samodzielnego wypełnienia. Została ona poszerzona o pytania otwarte umożliwiające w razie potrzeby, udzielenie pełniejszych i dokładniejszych odpowiedzi czy dopowiedzeń dodanych przez ankietowanych do tematu badania, a nieujętych w kwestionariuszu. Korzystanie z ankiety internetowej niejako przy okazji pozwoliło sprawdzić skuteczność docierania z informacjami do osób odpowiedzialnych za dzieło ewangelizacji poprzez kontakt internetowy oraz zweryfikowano zakres zainteresowania treściami udostępnianymi

⁵⁸⁷ DA, 25.

⁵⁸⁸ DFK, 18.

⁵⁸⁹ „Ankieta internetowa to uznana już technika badań społecznych związana z metodą wywiadu kwestionariuszowego (standaryzowanego). [...] technika ta jako pełnowartościowa zasługuje na poważne potraktowanie, stojąc na równi z bardziej tradycyjnymi, na przykład z ankietą pocztową, audytoryjną czy sondażem telefonicznym” P. Siuda, „Ankieta internetowa: zalety i wady – rekapitulacja”, w *Metody badań online*, red. P. Siuda (Katedra Wydawnictwo Naukowe, 2016), 28.

w formie maila lub w *social mediach*. W ten sposób także brak odesłanej ankiety stał się formą odpowiedzi.

Badania sondażowe to technika obserwacyjna w badaniach społecznych. Polega na posługiwaniu się kwestionariuszem⁵⁹⁰. Służą przede wszystkim do celów opisowych, wyjaśniających i eksploracyjnych⁵⁹¹. Badania ankietowe internetowe są rozwinięciem badań pocztowych. Eliminują wady tych drugich (czas oczekiwania na zwrot), zachowują zaś wszystkie zalety. Właściwie skonstruowany i ustandaryzowany kwestionariusz pozwala na otrzymanie odpowiedzi w postaci danych w takiej samej formie od wszystkich respondentów⁵⁹². Korzystając z metody opracowanej przez Umińskiego pytania ankietowe zostały precyzyjnie sformułowane. Dzięki temu odpowiedzi udzielane przez respondentów we właściwy sposób pozwoliły na dokonanie analizy ilościowej⁵⁹³.

Ważną zaletą badania pocztowego, czy w omawianym przypadku badania internetowego, jest obniżenie błędu stroniczości. Ankietowany wypełnia kwestionariusz bez obecności ankietera. Obecność taka mogłaby wpływać na stroniczość odpowiedzi podyktowaną różnorodnością interakcji zachodzących pomiędzy ankieterem a ankietowanym⁵⁹⁴. Metodyka obrana w badaniach służących za podstawę niniejszego opracowania dała respondentom anonimowość. Co prawda, ankietowani mogli w kwestionariuszu wpisać swój adres mailowy, jednakże opcja ta była dobrowolna. Poczucie anonimowości mogło pozwolić na większą wiarygodność udzielanych odpowiedzi⁵⁹⁵. Ankietowani nie byli zobowiązani do natychmiastowego udzielania odpowiedzi. Czas wypełnienia kwestionariusza wydłużony do dwóch tygodni wpłynął zapewne korzystnie na przemyślenie odpowiedzi.

⁵⁹⁰ E. Babbie, *Badania społeczne w praktyce* (Warszawa: Wydawnictwo naukowe PWN, 2003), 286.

⁵⁹¹ E. Babbie, *Podstawy badań społecznych* (Warszawa, 2013), 275.

⁵⁹² Babbie, 276.

⁵⁹³ Umiński, *Diecezjalne www w Polsce a nowa ewangelizacja. Poszukiwania teologiczno-medioznawcze.*, 2017, 118.

⁵⁹⁴ Umiński, 118.

⁵⁹⁵ Babbie, *Podstawy badań społecznych*, 311.

Jak wynika z powyższego, wybór narzędzia zastosowanego w badaniu podyktowany był wieloma istotnymi uwarunkowaniami, które miały wpływ na jakość zebranego materiału badawczego. Badania zostały przeprowadzone w krótkim okresie czasowym. Ustandaryzowany kwestionariusz umożliwił przeprowadzenie analizy ilościowej zaś anonimowość badań pozwoliła na uzyskanie bardziej wiarygodnych wyników.

Właściwe badanie zostało poprzedzone przeprowadzeniem ankiety pilotażowej. Miało to na celu przetestowanie przygotowanego kwestionariusza dla sprawdzenia zrozumienia postawionych pytań i poprawienia ewentualnych błędów⁵⁹⁶. Pilotaż badania został przeprowadzony w grudniu 2020 r. w formie internetowej z udziałem pięciu księży diecezji zamojsko-lubaczowskiej. Po wprowadzeniu zauważonych i zaproponowanych przez ankietowanych zmian ankietę została ostatecznie zmodyfikowana i przygotowana do kolportażu wyłącznie drogą elektroniczną. Księża otrzymali ankietę w wiadomości mailowej. Adresy zostały pozyskane z Adresownika diecezjalnego⁵⁹⁷. Ankietę dla alumnów planowana była pierwotnie w formie papierowej połączonej z ogólnym spotkaniem z klerykami. Jednakże z uwagi na panującą epidemię oraz zakaz odwiedzin w Wyższym Seminarium Duchownym, przy pomocy księdza rektora ankietę zostały udostępnione i uzupełnione w wersji elektronicznej. Formularz dla katechetów osób konsekrowanych i świeckich został udostępniony na stronie internetowej Wydziału Nauki i Wychowania Katechetycznego Kurii Diecezjalnej⁵⁹⁸ oraz grupie na Facebooku Katecheci Zamojsko-Lubaczowscy⁵⁹⁹.

Badanie trwało przez pierwsze 10 dni lutego 2021 r. Ankietę w formie mailowej została wysłana do 324 księży diecezji zamojsko-lubaczowskiej, 18 alumnów.

⁵⁹⁶ „Badanie pilotażowe - Pomoc z metodologii badań”, naukowiec.org, dostęp 3 marzec 2021, https://www.naukowiec.org/wiedza/metodologia/badanie-pilotazowe_657.html; E. Krok, „Budowa kwestionariusza ankietowego a wyniki badań”, *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Studia Informatica* 37 (2015): 58, <https://doi.org/10.18276/si.2015.37-05>.

⁵⁹⁷ M. Maciołek i Z. Jagiełło, red., *Adresownik ze skróconym schematyzmem Diecezji Zamojsko-Lubaczowskiej. 2020/2021*. (Zamość, 2020).

⁵⁹⁸ <https://wniwk.zamojskolubaczowska.pl/>

⁵⁹⁹ <https://www.facebook.com/groups/1457723277825944>

Jak wspomniano katecheci pracujący na terenie diecezji otrzymali dostęp do ankiety w mediach społecznościowych oraz poprzez stronę internetową Wydziału Katechetycznego. Do ankiet zostało dołączone pismo Biskupa Diecezjalnego Mariana Rojka⁶⁰⁰, oraz pismo przewodnie promotora⁶⁰¹, w którym kierownik projektu, Michał Wyrostkiewicz, ukazał potrzebę przeprowadzenia badań oraz naświetlił ich cel wskazując także na wartość udzielanych odpowiedzi.

Do każdego kwestionariusza została dołączona krótka informacja od autora. Informacja ta była dostosowana do grupy ankietowanych. Zawierała wyjaśnienie celu badań oraz ukazanie ich znaczenia. Wskazano, że „badania przyczynią się do odkrycia możliwości i potencjału mediów społecznościowych jako narzędzia ewangelizacyjnego”⁶⁰². W informacji od autora została zawarta cezura czasowa ustalona na dzień 10 lutego 2021 r.

Ankieta została skonstruowana w sposób autorski w oparciu o zasady budowania narzędzia badań sondażowych⁶⁰³. Kwestionariusz rozpoczyna krótka instrukcja dotycząca sposobu jego właściwego wypełnienia⁶⁰⁴. We wstępie podkreślono anonimowość oraz fakt, że zebrany materiał badawczy zostanie wykorzystany w zbiorczych analizach statystycznych. Wskazano, że większość pytań ma charakter wielokrotnego lub jednokrotnego wyboru. W instrukcji została zawarta także informacja o pytaniach otwartych, w których umożliwiono poruszenie kwestii nie ujętych w ankiecie.

Ankieta składała się z następującej liczby pytań: 62 dla księży, 51 dla alumnów oraz 60 dla katechetów. Różnica w liczbie pytań spowodowana była dostosowaniem narzędzia badawczego do odpowiedniej grupy ankietowanych z uwzględnieniem kontekstu społecznego w jakim dana grupa się znajduje. W dalszej części omawiania wyników przeprowadzonych badań dla wprowadzenia pewnej jasności ankiety

⁶⁰⁰ Aneks 1.

⁶⁰¹ Aneks 2.

⁶⁰² Aneks 3.

⁶⁰³ Babbie, *Podstawy badań społecznych*, 274–318.

⁶⁰⁴ Aneks 3.

dla poszczególnych grup zostaną ponumerowane. I tak ankieta dla księży to nr 1, dla alumnów nr 2 i dla katechetów nr 3. Zaznaczyć należy, że część pytań miała charakter pytania filtrującego, kierującego respondentów do właściwych dla nich kolejnych pytań⁶⁰⁵. Charakter taki miały pytania o użytkowanie mediów społecznościowych (czy ankietowany korzysta bądź nie korzysta z *social mediów*) oraz sposobu ich używania (odbiorca, nadawca treści). Pytania te to odpowiednio w ankiecie dla księży 1.4 i 1.9, w ankiecie dla alumnów 2.2 i 2.7, w ankiecie dla katechetów 3.4 i 3.9.

W przeprowadzonych badaniach pytania 1.1-1.3, 2.1-2.2 oraz 3.1-3.3 były pytaniami odnoszącymi się bezpośrednio do ankietowanej osoby, a więc dotyczyły stanowiska, wieku, stażu pracy. Pytania filtrujące dotyczące korzystania z *social mediów* przekierowywały ankietowanych, którzy odpowiedzieli przecząco, do pytania o uzasadnienie swojego wyboru. Te pytania miały charakter otwarty. W pytaniach 1.6-1.9, 2.4-2.7, 3.6-3.9 zapytano o częstotliwość korzystania z *social mediów* i sposób w jakim są używane oraz o konkretne portale społecznościowe. Następne pytania – filtrujące – podzieliły grupę ankietowanych na odbiorców oraz twórców treści. Grupa odbiorców została zapytana o najbardziej interesującą tematykę poruszaną w mediach społecznościowych (1.10, 2.9, 3.10), oraz o podejmowane interakcje i działania (1.12-1.17, 2.10-2.13, 3.12-3.17). Zapytano także ankietowanych, czy dostrzegają potencjał mediów społecznościowych jako współczesnego narzędzia ewangelizacyjnego (1.11, 2.9, 3.11). Podobny charakter miały pytania przeznaczone dla grupy twórców treści. Dla tej grupy ankietowanych zostały przygotowane także szczegółowe pytania o sposób publikowania czy temat poruszanych treści. Śmiało można powiedzieć, że te serie pytań (1.18-1.58, 2.14-2.48, 3.18-3.57) stanowią najważniejszą część prowadzonych badań.

Trzy ostatnie pytania w ankietach skierowanych do wszystkich grup miały charakter otwarty i były niejako zaproszeniem do dyskusji o miejscu mediów społecznościowych w dziele ewangelizacji, zagrożeniach dla życia duchowego jakie mogą pojawiać się przy korzystaniu z mediów społecznościowych. Ostatnie pytanie umożliwiało zawarcie różnych uwag czy wniosków nie ujętych w ankiecie.

⁶⁰⁵ Krok, „Budowa kwestionariusza ankietowego a wyniki badań”, 63.

3.2. Rezultaty badań

Zgromadzony i przeanalizowany materiał pozwolił na dokonanie syntez, które obrazują wykorzystanie mediów społecznościowych w dziele ewangelizacji na obszarze diecezji zamojsko-lubaczowskiej. Poszczególne zagadnienia przedstawione są w kolejności odpowiadającej systematyce przyjętej w kwestionariuszu. Uzyskane wyniki badań ukazują stan na luty 2021 roku.

3.2.1. Ankieta - pytania zamknięte

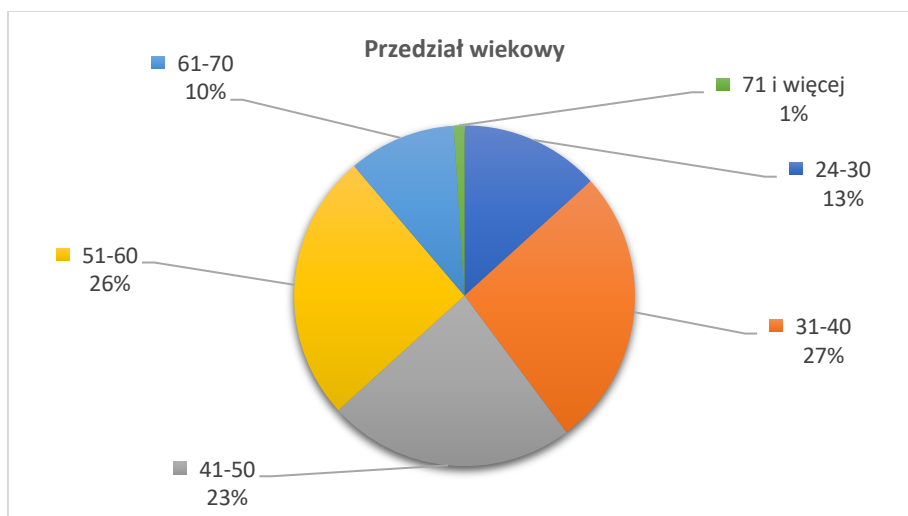
Pytania zamknięte ze swojej natury usprawniają i upraszczają pracę badawczą. Ich konstrukcja nie przewiduje spontanicznej odpowiedzi na dany temat, a najczęściej sprowadza się do wybrania jednego czy też kilku słowa czy zdania. W ankiecie zastosowano zarówno pytania wielokrotnego jak i jednokrotnego wyboru.

3.2.1.1. Moduł pierwszy – pytania klasyfikacyjne

Pierwsza grupa pytań to pytania dotyczące respondentów – pytania klasyfikacyjne. Ich zadaniem było skorelować uzyskane informacje z poglądami na określone kwestie. Pośród tych pytań znalazły się te dotyczące wieku, pełnionej funkcji czy roku studiów w przypadku alumnów, poruszające kwestie stażu pracy czy też statusu społecznego⁶⁰⁶

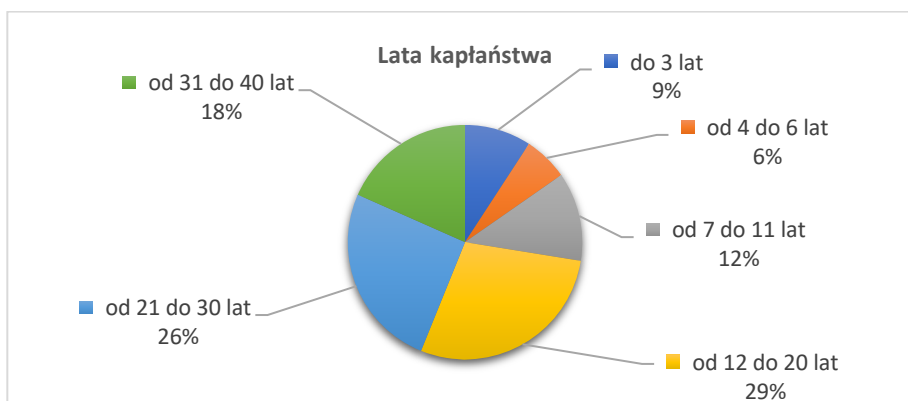
Na pytanie o wiek ankietowani duchowni odpowiedzieli według tego, co przedstawia poniższy wykres.

⁶⁰⁶ Badanie statusu społecznego ma za zadanie rozdzielić katechetów pośród czterech grup: katechetki, katecheci, siostry i bracia zakonni.



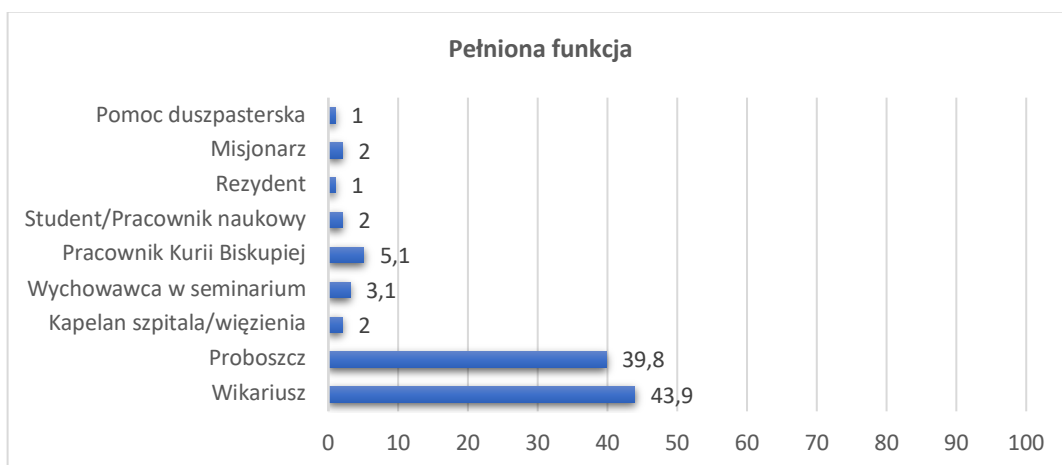
Wykres 1. Przedział wiekowy ankietowanych duchownych [w %]

W tym miejscu warto zaznaczyć, że pojawiła się jedna odpowiedź od ankietowanego duchownego, który wszedł już w wiek emerytalny. Ta odpowiedź jest ważna, pokazuje bowiem zaangażowanie tego kapłana oraz gotowość do podejmowania nowych wyzwań czy też zadań, jednocześnie pokazując, że wiek nie musi być przeszkodą w podejmowaniu różnego rodzaju aktywności. Lata pracy kapłańskiej odpowiadają wskazanym odpowiedziom dotyczącym wieku kapłanów. Wskazuje na to poniższy wykres.



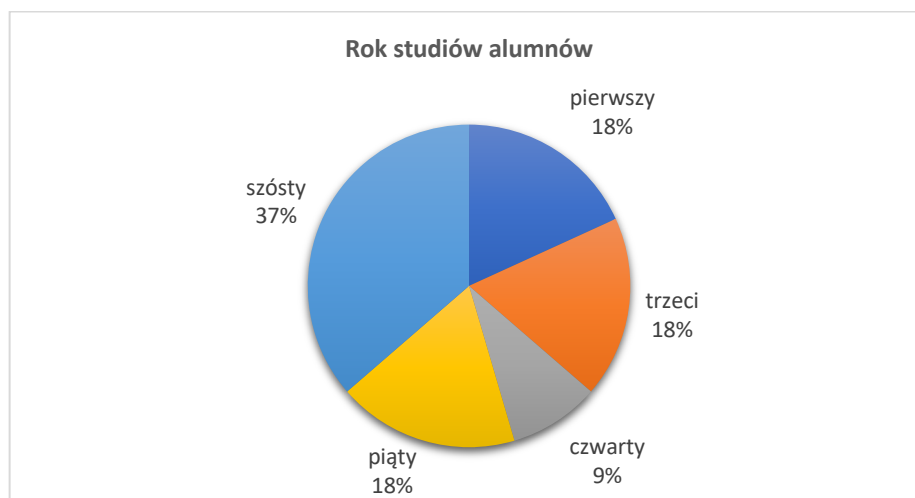
Wykres 2. Lata kapłaństwa [w %]

Pośród księży, którzy udzielili odpowiedzi większość pełni funkcję wikariusza (43 odpowiedzi) i proboszcza (39 odpowiedzi). Pozostałe obrazuje poniższy wykres.



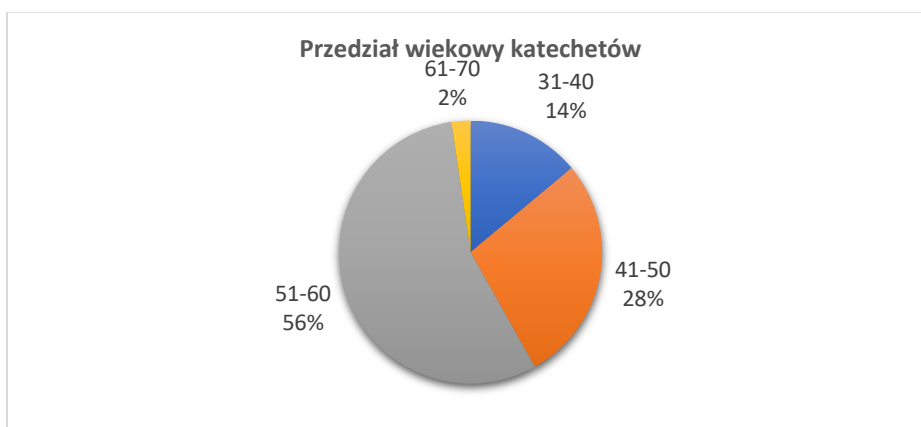
Wykres 3. Pełniona funkcja – duchowni [w %]

Ankietowani alumni nie byli pytani o wiek, natomiast poproszono ich by wskazali swój rok studiów. Istotne jest, że odpowiedzi nie udzielił nikt spośród alumnów trzeciego roku. Największą zaś grupę tych, którzy wypełnili kwestionariusz stanowili diakoni z szóstego roku.



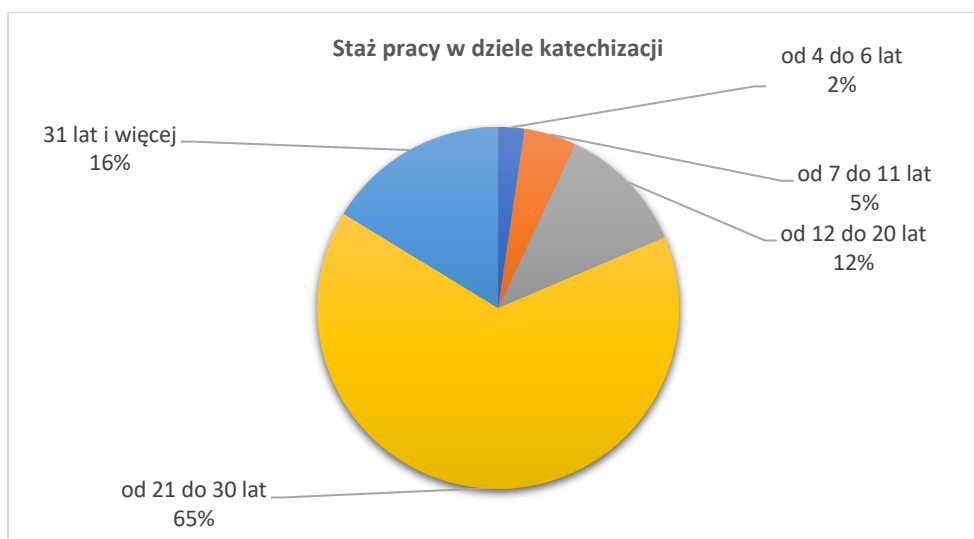
Wykres 4. Rok studiów alumnów [w %]

Pośród katechetów w pytaniu o wiek ponad połowa ankietowanych wskazała przedział 51 – 60. Pozostałe odpowiedzi przedstawia poniższy wykres.



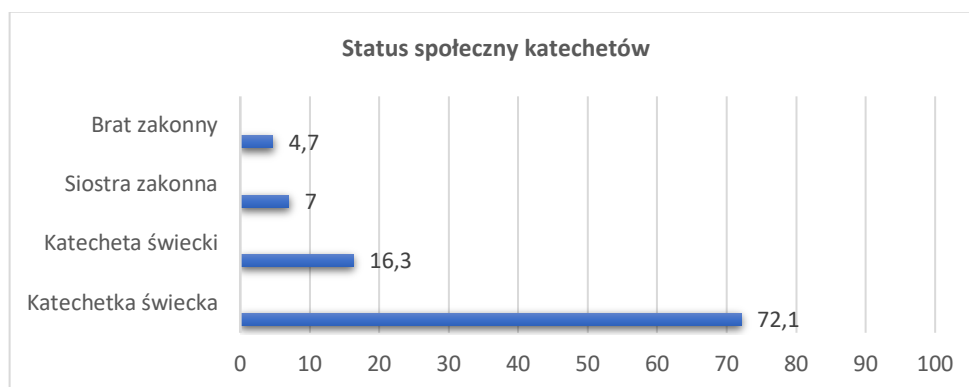
Wykres 5. Przedział wiekowy katechetów [w %]

Pośród katechetów, którzy udzielili odpowiedzi większość stanowią ci, których staż pracy mieści się w przedziale 21 – 30 lat. Szczegółowo wszystkie odpowiedzi o staż pracy prezentuje poniższy wykres.



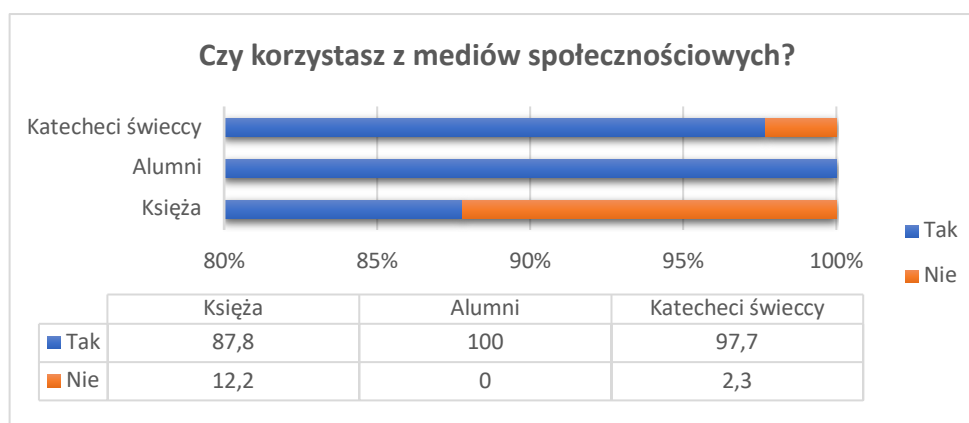
Wykres 6. Staż pracy katechetów [w %]

Ankietowani katecheci w kolejnym pytaniu mieli wskazać swój status społeczny. Pośród udzielonych odpowiedzi największą grupę stanowiło wskazanie bycia katecheta świecką. Szczegóły prezentuje poniższy wykres.



Wykres 7. Status społeczny katechetów świeckich [w %]

Na pytania o korzystanie z mediów społecznościowych odpowiedzi wyglądały następująco:



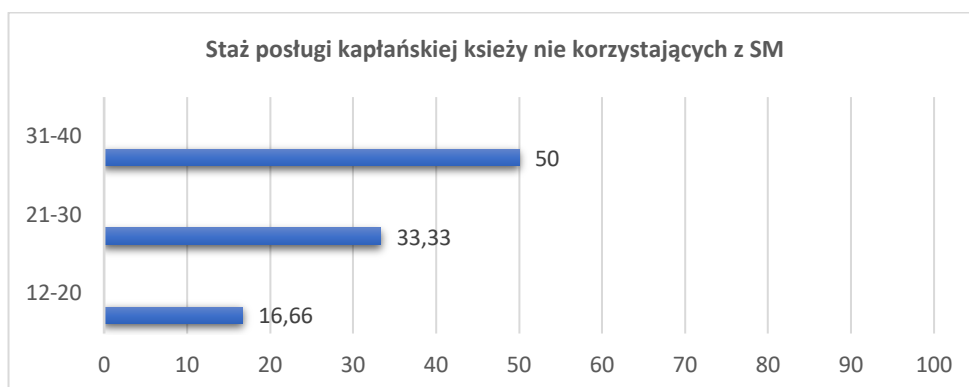
Wykres 8. Czy korzystasz z mediów społecznościowych [w %]

Przy pytaniu o korzystanie z mediów społecznościowych na zebrane wyniki światło rzucają udzielone odpowiedzi na pytania klasyfikacyjne. Pośród 11 księży, którzy zadeklarowali, że nie korzystają z *social mediów* w grupie wiekowej 31-40 znalazł się jeden, w grupie wiekowej 41-50 było trzech, w grupie wiekowej 51-60 było pięciu, zaś w grupie wiekowej 61-70 było trzech. Pośród katechetów świeckich jedna osoba zadeklarowała, że nie korzysta z mediów społecznościowych. Jest to katechetka świecka, zalicza się do grupy wiekowej 51-60 lat, jej staż pracy mieści się w przedziale 21-30 lat. Wszyscy alumni jak pokazuje powyższy wykres korzystają z mediów społecznościowych. Podział księży respondentów niekorzystających z SM prezentują szczegółowo poniższe wykresy⁶⁰⁷.

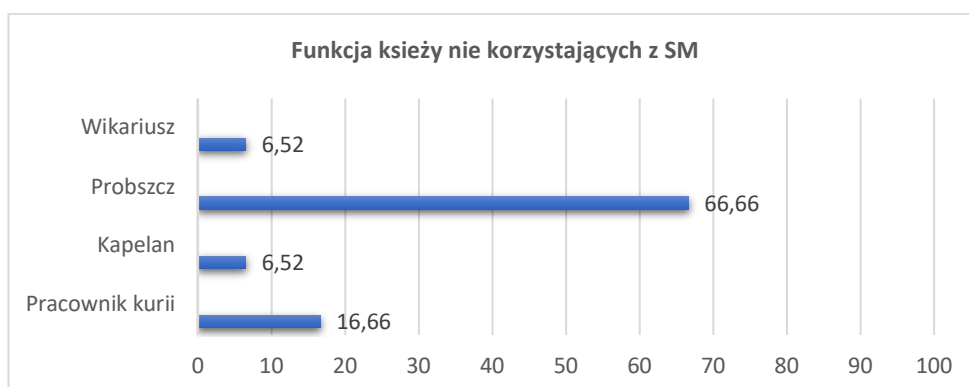
⁶⁰⁷ Nie przedstawiono wykresu dotyczącego katechetów, gdyż jak wspomniano wyżej tylko jedna osoba zadeklarowała, że nie korzysta z SM.



Wykres 9. Przedział wiekowy księży nie korzystających z SM [w %]



Wykres 10. Staż posługi kapłańskiej księży nie korzystających z SM [w %]



Wykres 11. Funkcje księży nie korzystających z SM [w %]

Kryterium wiekowe, stażu pracy i pełnionej funkcji pokazuje, że najwięcej księży, którzy nie korzystających z SM mieści się w przedziale wiekowym 51-60 lat, mają za sobą od 31 do 40 lat pracy i pełnią funkcję proboszczów.

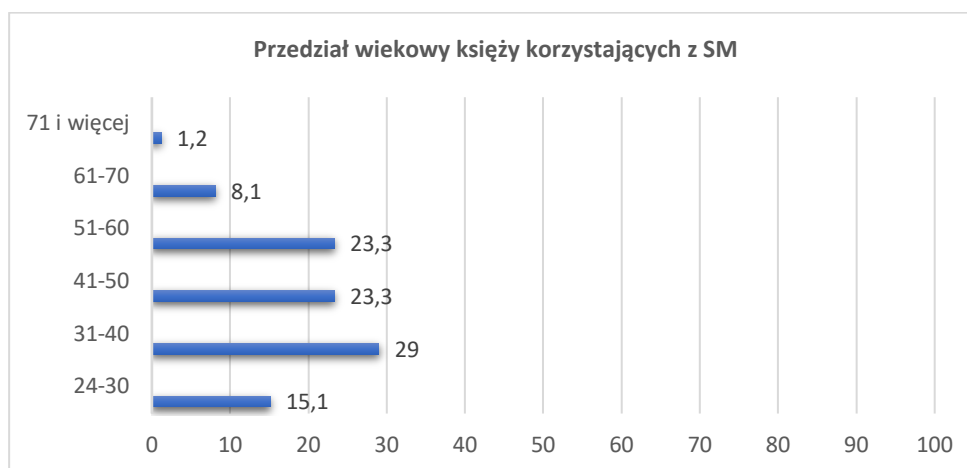
W pytaniu o przyczynę niekorzystania z mediów społecznościowych ankietowani udzielili następujących odpowiedzi: „ponieważ jak patrzę na moich kolegów,

którzy korzystają i wstawiają tam głupie komentarze oraz wiele zdjęć ze swoich nierozsądnych zachowań to wiem, że nie chcę w czymś takim uczestniczyć”; „nie mam takiej potrzeby”; „nie mam do nich zaufania”; „nie potrzebuję takiej formy kontaktu i uważam, że pozbawia ona prywatności”; „nie widzę takiej potrzeby i nie chcę być zmanipulowany przez obce koncerty”; „nie chcę trwonić czasu na niekonieczne kontakty, aczkolwiek postanawiam zacząć z nich korzystać w ograniczonym stopniu”; „jestem oporny”; „preferuje kontakty osobiste, na żywo”; „nie uważam tego za konieczne”; „mam wystarczająco wiele potrzebnych mi informacji, bez tych komunikatorów”; „za późno na naukę”; „uważam, że są mi nie potrzebne w komunikacji”.

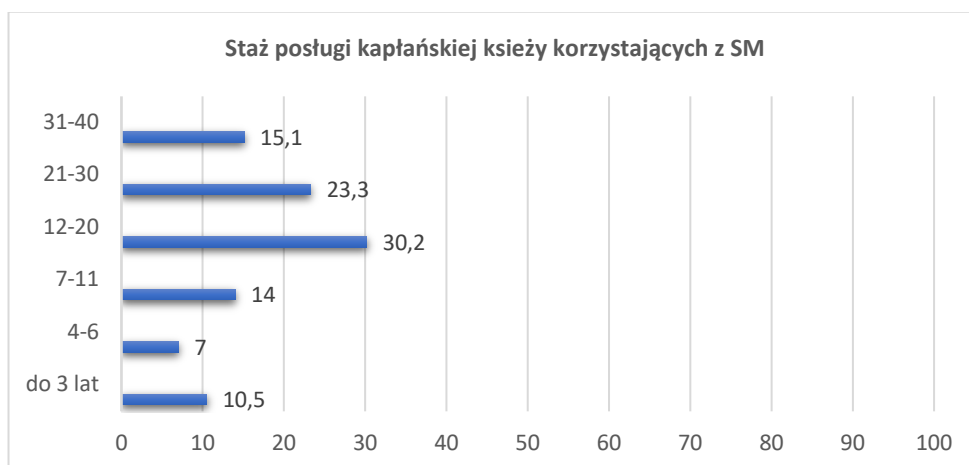
Udzielone odpowiedzi wskazują, że ankietowani, którzy nie korzystają z mediów społecznościowych często utożsamiają je tylko z formą kontaktu. Respondenci, którzy nie korzystają z *social mediów* wskazują na brak potrzeby używania ich, jednocześnie podkreślając możliwą utratę prywatności. Zebrane odpowiedzi wskazują, że ankietowani, którzy negatywnie odpowiedzieli na pytanie o korzystanie z SM nie rozumieją czym są nowe media lub patrzą na nie tylko w sposób powierzchowny z pominięciem całego wachlarza możliwości jakie one ze sobą niosą.

Przedstawione wyniki skłaniają do postawienia wniosku o potrzebie edukowania medialnego zwłaszcza księży starszych i w średnim wieku. Szerzej ten postulat zostanie omówiony we wnioskach końcowych i rekomendacjach.

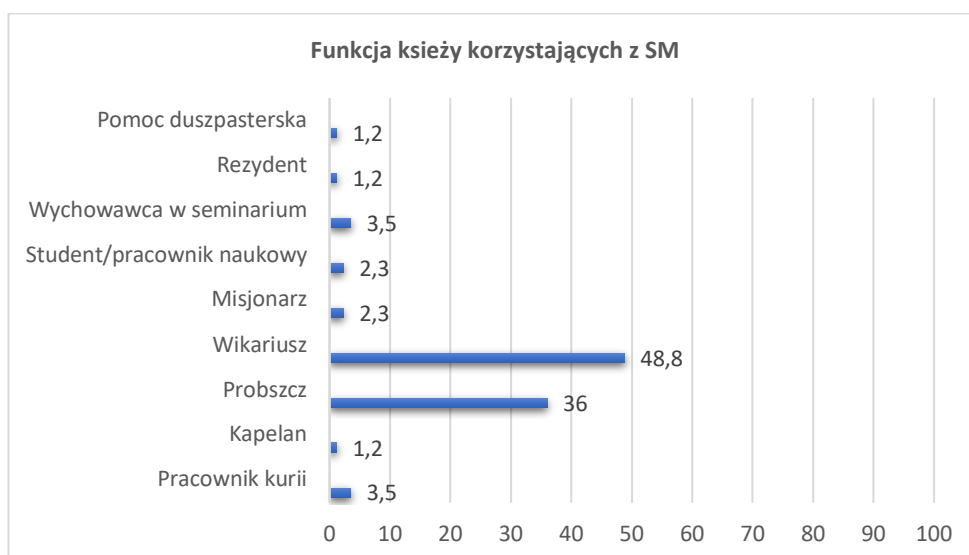
W ciągu prowadzenia analizy zebranego materiału empirycznego poddano szczegółowemu zestawieniu dane pochodzące od respondentów odpowiadających pozytywnie na pytanie o korzystanie z SM w oparciu o pytania klasyfikacyjne. Otrzymane wyniki prezentują poniższe wykresy.



Wykres 12. Przedział wiekowy księży korzystających z SM [w %]



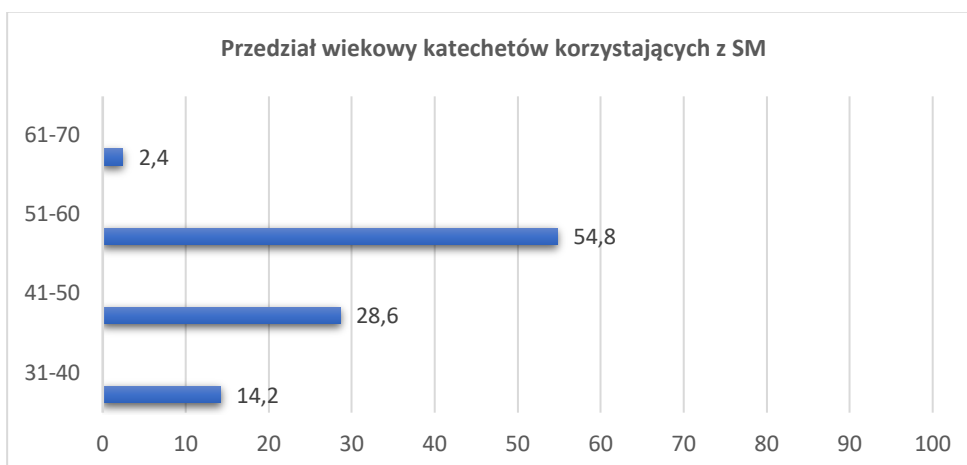
Wykres 13. Staż posługi kapłańskiej księży korzystających s SM [w %]



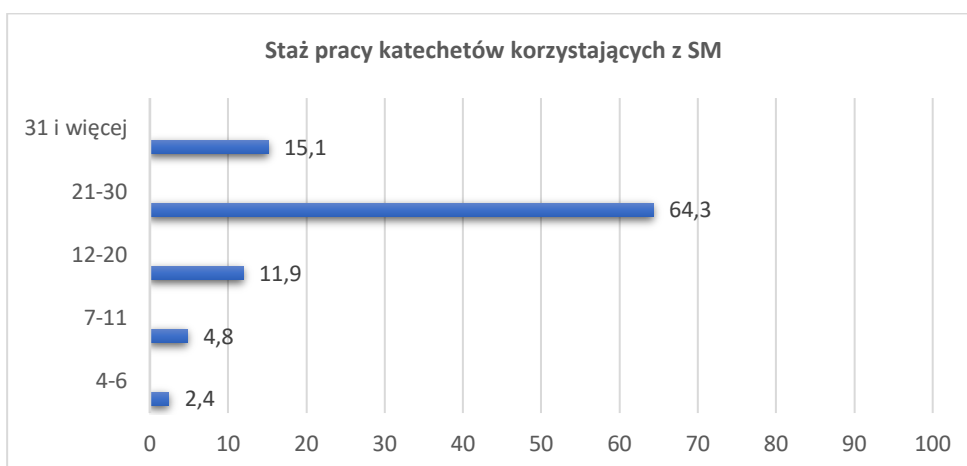
Wykres 14. Funkcja księży korzystających s SM [w %]

Efekty przeprowadzonych analiz wskazują, że ksiądz, który korzysta z SM to najczęściej kapłan, który mieści się w przedziale wiekowym 31-40 lat ze stażem pracy kapłańskiej pomiędzy 12-20 lat i jest to w zdecydowanej większości wikariusz.

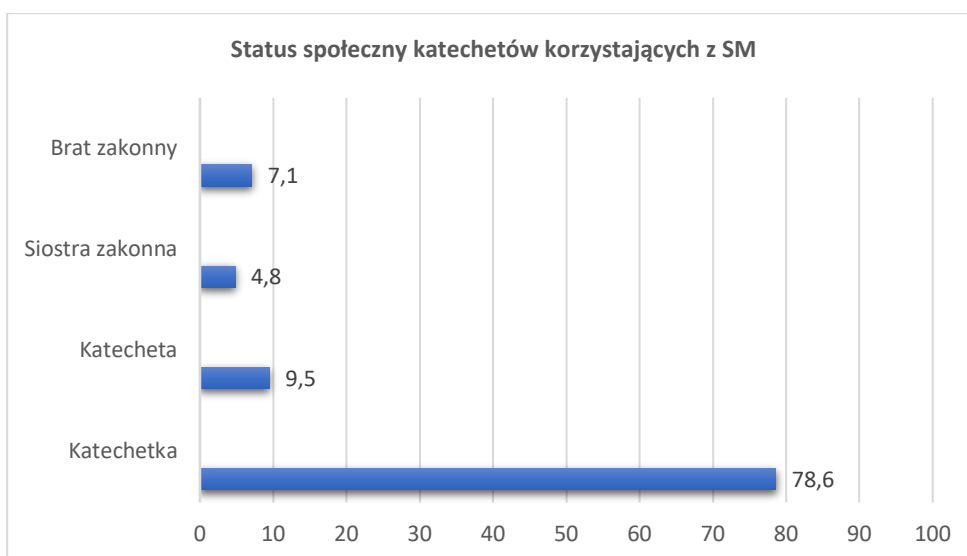
Podobnej analizie poddano odpowiedzi otrzymane od katechetów świeckich i alumnów. Szczegóły otrzymanych wyników prezentują poniższe wykresy.



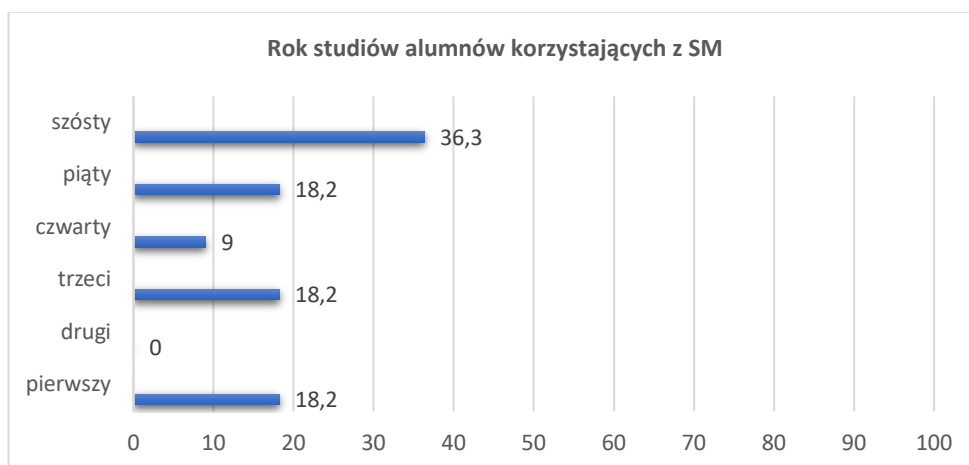
Wykres 15. Przedział wiekowy katechetów korzystających z SM [w %]



Wykres 16. Staż pracy katechetów korzystających z SM [w %]



Wykres 17. Status społeczny katechetów korzystających z SM [w %]



Wykres 18. Rok studiów alumnów korzystających z SM [w %]

Efekty przeprowadzonych analiz wskazują, że statystyczny katecheta świecki to kobieta w przedziale wiekowym 51-60 lat ze stażem pracy w przedziale 21-30 lat. Uzyskane wyniki pokazują zdecydowanie większe zaangażowanie kobiet w katechizację oraz starzenie się kadry pedagogicznej. Analiza odpowiedzi uzyskanych od alumnów przy 11 wypełnionych ankietach wydaje się nie miarodajna, jednakże trzeba zauważyć, że najczęściej z SM korzystają klerycy najstarsi.

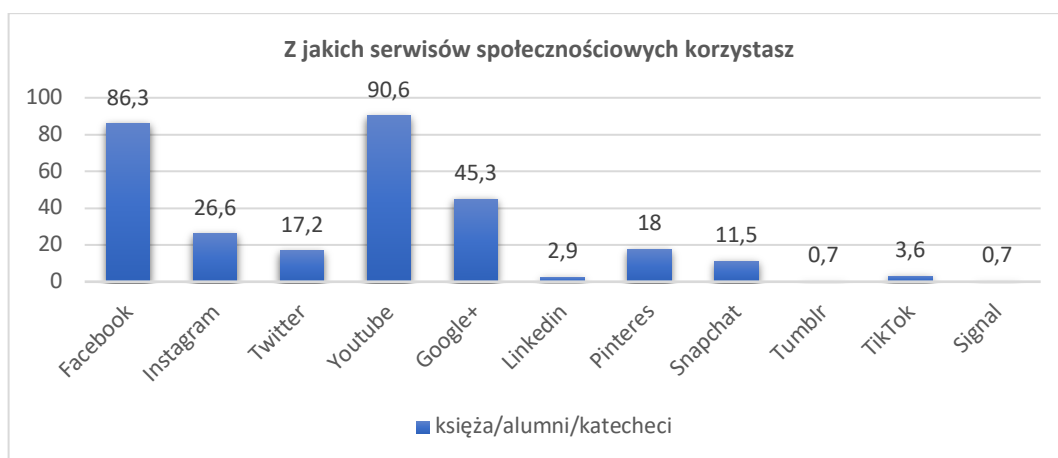
Autor badania w kolejnych analizach sumarycznych będzie ujmował łącznie grupy poszczególnych grup ankietowanych tj. księży, alumnów i katechetów kierując się przesłanką, że badaniu nie jest poddawana konkretna grupa, a całość społeczności, na której w diecezji pierwszorzędnie spoczywa obowiązek ewangelizacji. Powyższe założenie dotyczy większości pytań.

3.2.1.2. Moduł drugi – informacje ogólne o sposobie korzystania z SM

Pośród respondentów, którzy pozytywnie odpowiedzieli na prośbę o wypełnienie kwestionariusza najwięcej osób korzysta z YouTube oraz Facebooka. Na szczególną uwagę zasługuje fakt, że w poniższym zestawieniu Google+ wyprzedza Instagram, co jest tendencją odwrotną niż ta, która jest obserwowana w Polsce i na świecie⁶⁰⁸.

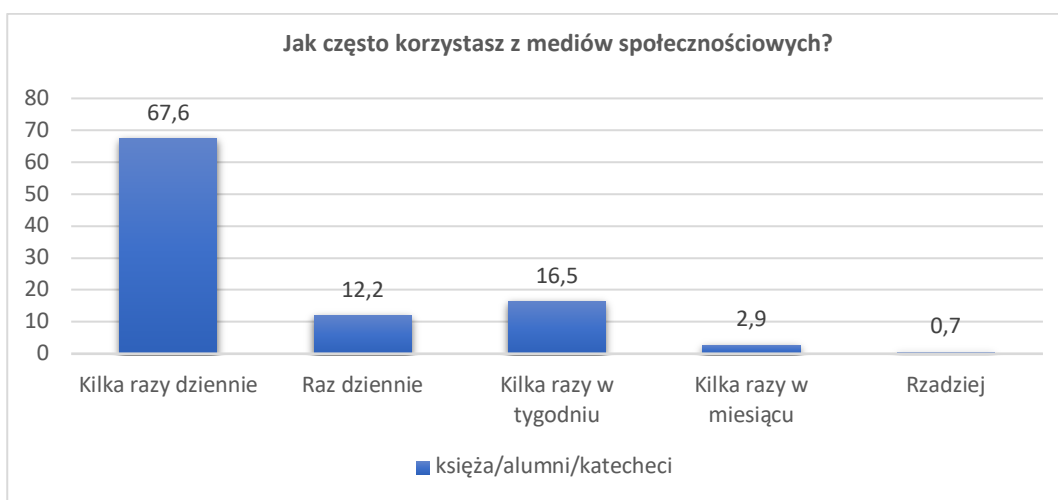
⁶⁰⁸ Według rankingu opublikowanego na stronie money.pl Instagram znajduje się na trzecim miejscu, jeśli chodzi o popularność wśród Polaków (55%). Google+ nie został w ogóle ujęty w rankingu.

W udzielonych odpowiedziach jeden z respondentów wskazał na Signal⁶⁰⁹, który nie został ujęty przez prowadzącego badania. Szczegóły przedstawia poniższy wykres.



Wykres 19. Z jakich mediów społecznościowych korzystasz? [w %]

Respondenci, którzy odpowiedzieli, że korzystają z mediów społecznościowych wskazali, że czynią to z częstotliwością, którą prezentuje poniższy wykres.



Wykres 20. Jak często korzystasz z mediów społecznościowych? [w %]

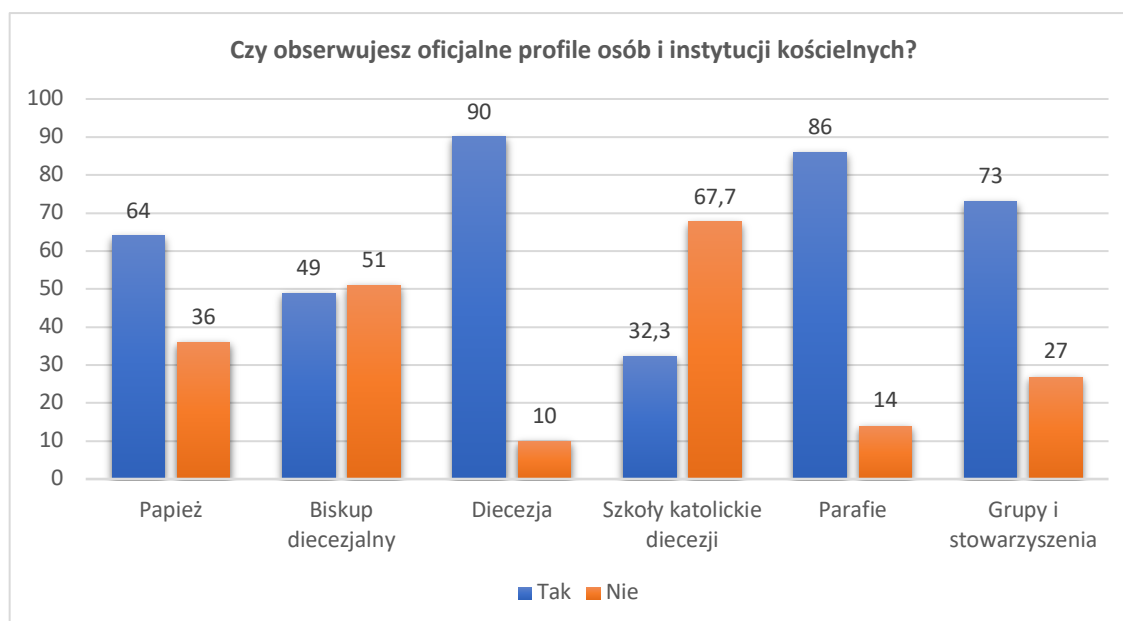
„Media społecznościowe. Które wybierają Polacy?”, money.pl, 7 lipiec 2020, <https://www.money.pl/gospodarka/media-spoecznościowe-ktore-wybijeraja-polacy-6529596997314689a.html>.

⁶⁰⁹ Signal to darmowy komunikator internetowy. Można przysyłać tu tekst, filmy, wiadomości głosowe, zdjęcia czy GIFy, prowadzić rozmowy wideo, a nawet korzystać z tak lubianych przez niektórych naklejek. Zob. M. Tomczak, „Co to jest Signal? Porównanie z Messengerem”, benchamrk.pl, 12 styczeń 2021, https://www.benchmark.pl/testy_i_recenzje/co-to-jest-signal-porownanie-z-messengerem.html.

Powyższe zestawienie wskazuje jednoznacznie na bardzo częste korzystanie z mediów społecznościowych. Odpowiedź o sporadycznym korzystaniu z nich (kilka razy w tygodniu, czy kilka razy w miesiącu) jest raczej marginalna.

Oba powyższe zestawienia (wykres 19 i 20) prezentują dane, które należałoby zinterpretować w szerszym kontekście, konfrontacji z innymi diecezjami. Jednakże brak danych nie daje szansy porównania i zobaczenia w jakim miejscu w Polsce pod tym względem znajdują się odpowiedzialni za ewangelizację w diecezji zamojsko-lubaczowskiej.

Kolejne pytanie dotyczyło obserwowania oficjalnych profili osób i instytucji kościelnych. Wydaje się, że jest to niezbędne zwłaszcza dla osób, które żywo interesują się życiem Kościoła powszechnego jak i lokalnego.

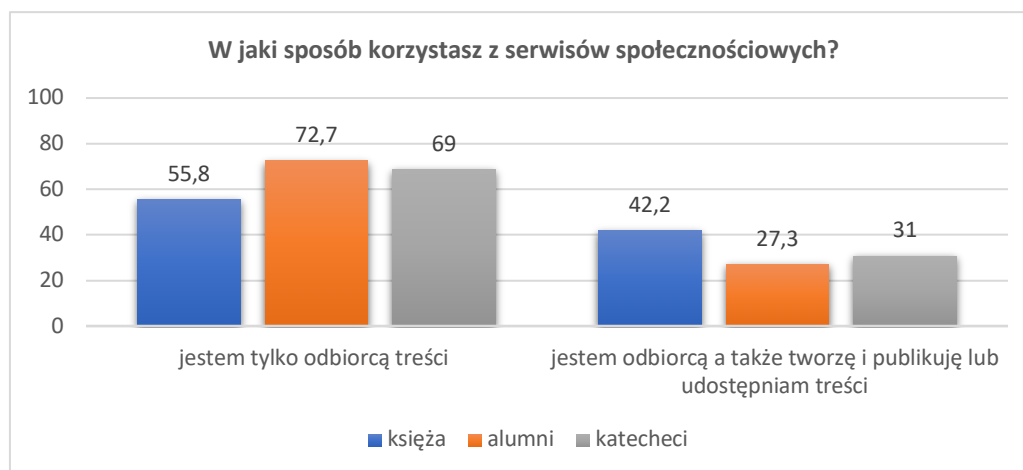


Wykres 21. Czy obserwujesz oficjalne profile osób i instytucji kościelnych? [w %]

Powyższe zestawienie wskazują, że największym zainteresowaniem cieszą się profile diecezji oraz poszczególnych parafii. Oficjalne konta papieża są w zakresie zainteresowań większości ankietowanych. Natomiast najmniejsze zainteresowanie budzą konta i profile szkół katolickich diecezji. Ciekawym jest fakt wskazania przez respondentów obserwowania kont i profili biskupa diecezjalnego. W czasie prowadzenia

badania biskup diecezjalny nie posiadał takowych⁶¹⁰. Autor badania dodał możliwość takiej odpowiedzi dla zachowania właściwej struktury pytania. Należy więc postawić pytanie, dlaczego respondenci odpowiedzieli na to pytanie w sposób, który nie może być prawdą? Nasuwa się tu kilka wniosków. Pośród nich znajduje się stwierdzenie, że być może ankietowani niepoważnie potraktowali badanie ankietowe. Możliwe jest także, że źle zrozumieli pytanie i w tym punkcie wskazali obserwowanie publikowanych na różnych stronach diecezjalnych wypowiedzi biskupa lub kierowali się myślą ogólnie o jakimś biskupie – to by zaś świadczyło, że nie potrafią odróżnić konta/profilu biskupa diecezjalnego.

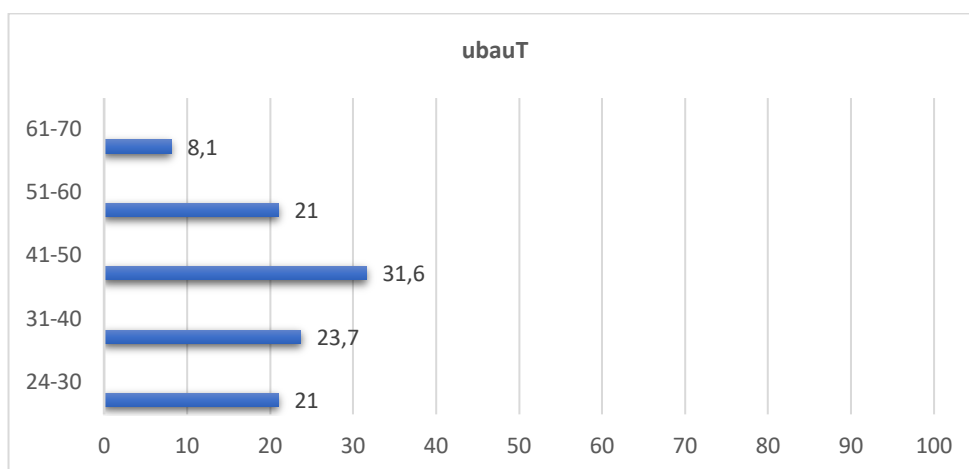
Kolejne zadane pytanie w kwestionariuszu było pytaniem filtrującym. Dotyczyło sposobu korzystania z mediów społecznościowych i dzieliło grupę respondentów na „tylko odbiorców treści” oraz „twórców treści” publikowanych w serwisach społecznościowych. Ankietowani zostali przyporządkowani według udzielonych odpowiedzi do odpowiednich grup według poniższego wykresu. Podsumowanie tego wyniku posiada rozróżnienie ze względu na grupę społeczną. Jest to podyktowane specyfiką poszczególnych grup.



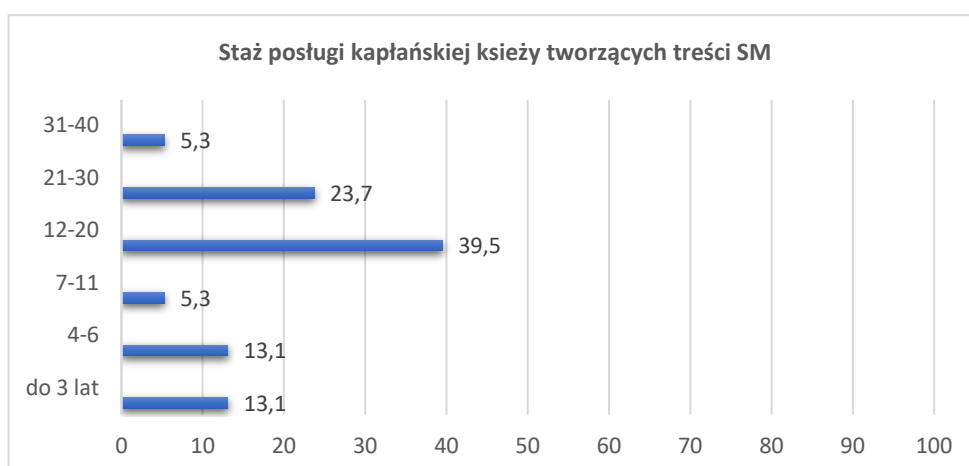
Wykres 22. W jaki sposób korzystasz z serwisów społecznościowych? [w %]

⁶¹⁰ W udzielonym wywiadzie Biskup Marian Rojek wskazał, że nie posiada odrębnych kont na profilach społecznościowych a jedynie czasem są publikowane jego wypowiedzi. „Wywiad z biskupem Zamojsko-Lubaczowskim Marianem Rojkiem. Ewangelizacja a social media [Biskup Marian Rojek w rozmowie z księdzem Wojciechem Suchowierzem]”, *Zamojski Informator Diecezjalny* XXX, nr 1 (2021): 120.

Według udzielonych odpowiedzi większość spośród ankietowanych jest raczej tylko odbiorcą treści (61,15%), to znaczy obserwuje, czyta, ogląda treści, które są publikowane. Trend ten obserwowany jest we wszystkich trzech grupach badanych. Twórcy treści w sposób autorski lub posługując się opcją udostępniania tworzą i rozpowszechniają treść dostępną dla wszystkich użytkowników mediów społecznościowych. W tym miejscu korzystając z pytań klasyfikujących warto przyrzeć się bliżej osobom, które tworzą treści w SM⁶¹¹. Szczegółowe dane prezentują poniższe wykresy.

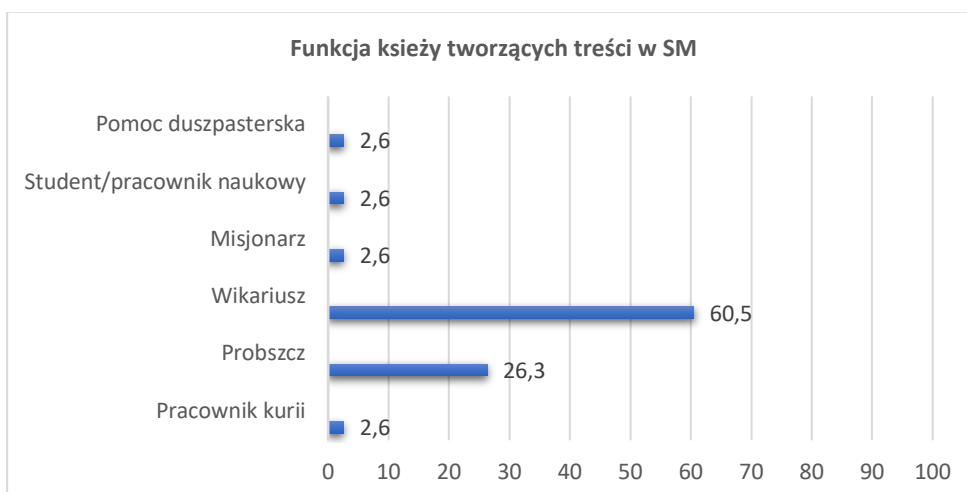


Wykres 23. Przedział wiekowy księży tworzących treści w Sm [w %]



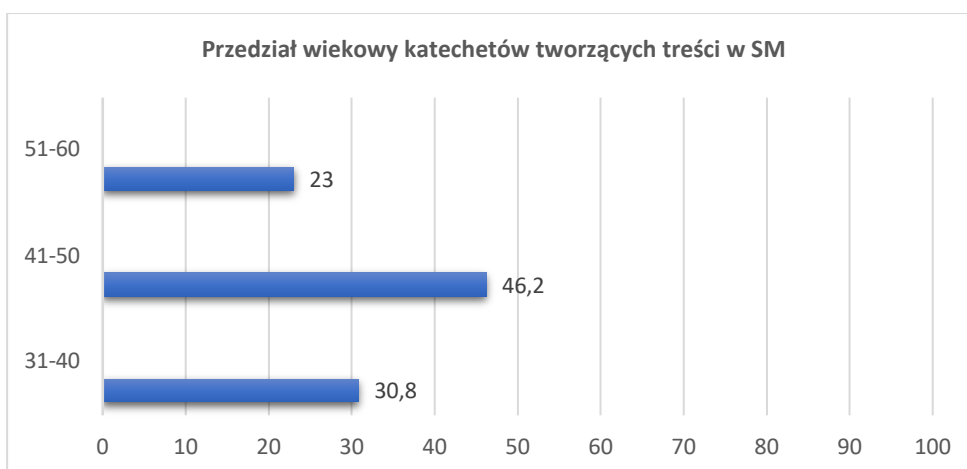
Wykres 24. Staż posługi kapłańskiej księży tworzących treści w SM [w %]

⁶¹¹ Przedstawiono zestawienie analiz tylko dla twórców treści dlatego że pokazuje to statystyczny profil aktywnego użytkownika, potencjalnego ewangelizatora poruszającego się w przestrzeni SM.

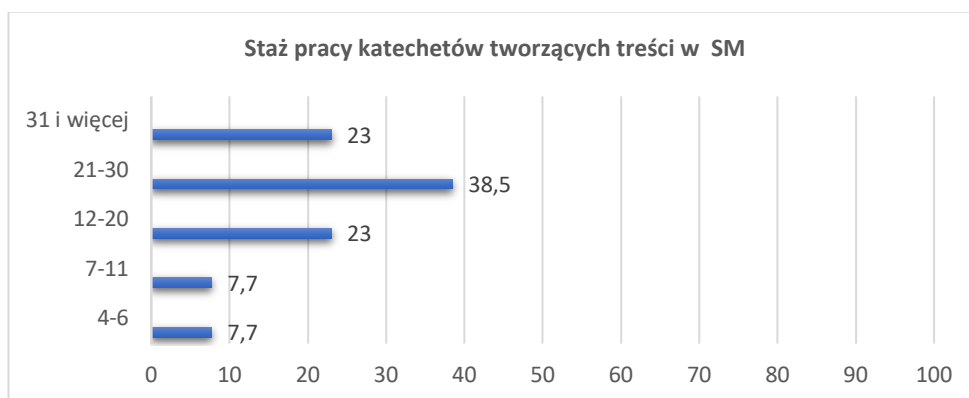


Wykres 25. Funkcja księży tworzących treści w SM [w %]

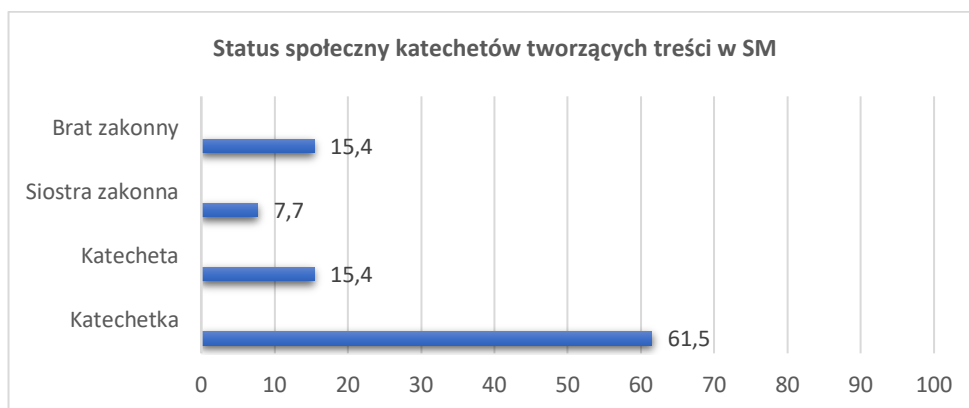
Zestawienie powyższych danych wskazuje, że na podstawie przeprowadzonych badań kapłan, twórca treści publikujący w SM klasyfikuje się w przedziale wiekowym 41 – 50 lat, mający staż pracy kapłańskiej w przedziale 12 – 20 lat i pełniący funkcję wikariusza. Podobnej analizie poddano odpowiedzi uzyskane od katechetów. Wyniki prezentują poniższe wykresy.



Wykres 26. Przedział wiekowy katechetów tworzących treści w SM [w %]



Wykres 27. Staż pracy katechetów tworzących treści w SM [w %]



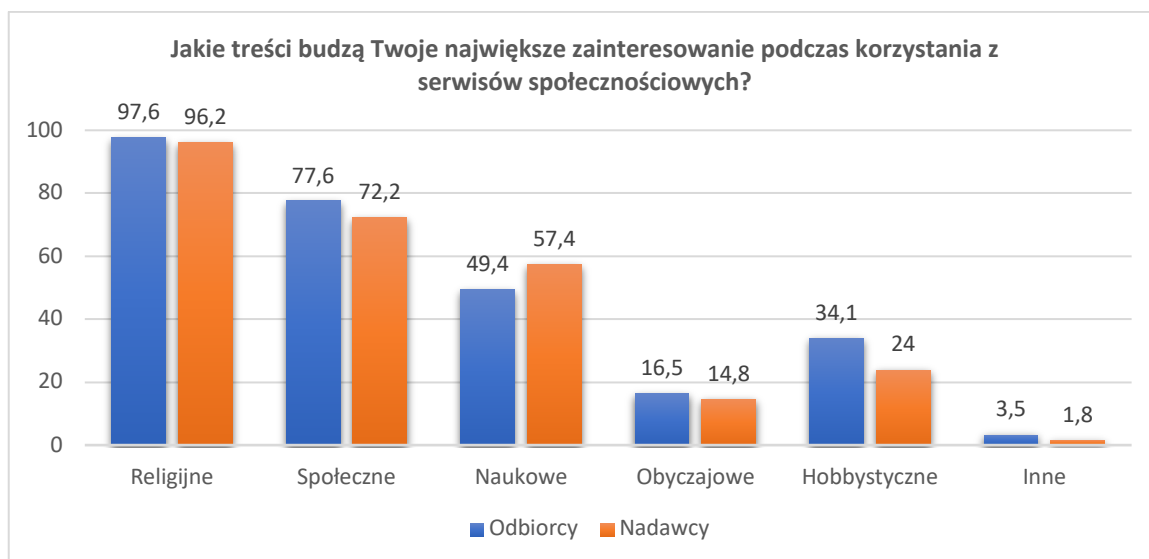
Wykres 28. Status społeczny katechetów tworzących treści w SM [w %]

Powyższe zestawienie wskazuje, że na podstawie zebranych danych można powiedzieć, że statystyczny katecheta, który publikuje treści w SM to osoba mieszcząca się w przedziale wiekowym 41 – 50 lat, ze stażem pracy 21 – 30 lat i jest to katechetka świecka. W ankiecie przeprowadzonej wśród alumnów tylko trzy osoby⁶¹² wskazały, że są twórcami treści. Owe osoby znajdowały się na dwóch ostatnich latach studiów. Przy tak znikomej ilości uzyskanych odpowiedzi trudno jest stworzyć nawet statystyczny profil osoby publikującej w SM.

⁶¹² Z tego względu pominięto prezentowanie wyników przy pomocy wykresu.

3.2.1.3. Moduł trzeci – treści odbierane w SM oraz interakcje

Część kolejnych pytań jest taka sama dla obu grup respondentów (odbiorców i twórców treści). Zostaną one omówione jednocześnie by zwrócić uwagę na ewentualne rozbieżności i zbieżności udzielanych odpowiedzi zarówno przez odbiorców jak i przez twórców treści. Pierwszym takim zagadnieniem jest kwestia tematów jakie budzą największe zainteresowanie wśród respondentów. W tym pytaniu można było zaznaczyć kilka odpowiedzi. Zebrane dane prezentuje poniższy wykres. Pośród wymienionych innych opcji wskazano pojedynczo gry, sport, treści historyczne, zawodowe.

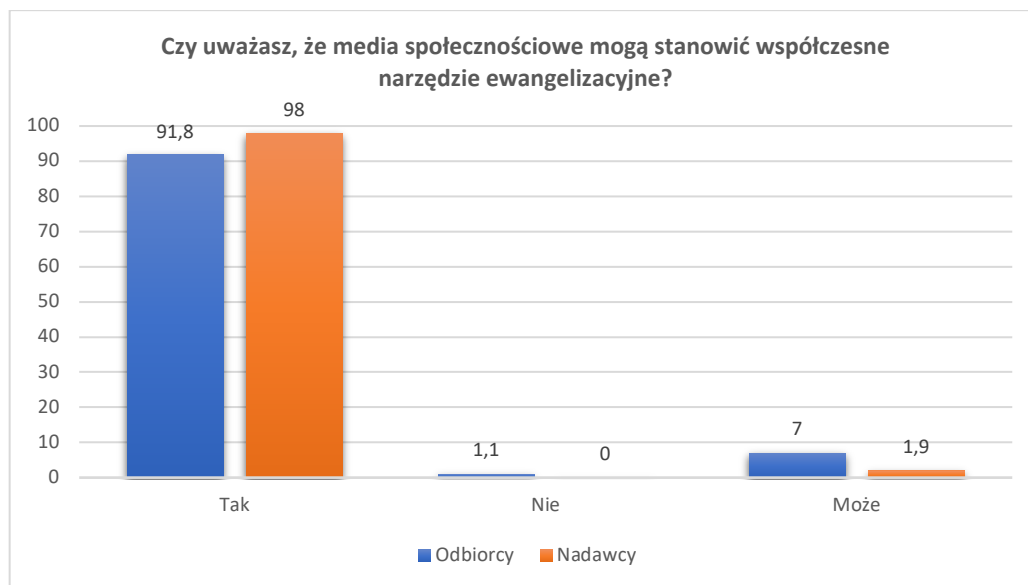


Wykres 29. Jakie treści budzą Twoje największe zainteresowanie podczas korzystania [w %]

Jak widać z powyższego wykresu treści religijne są ważnym tematem zainteresowania respondentów. Wpływają na to zapewne codzienne zajęcia związane z pełnioną funkcją społeczną czy też zawodową. Najrzadziej wskazywane są treści ogólnie nazwane obyczajowymi. Taki układ udzielonych odpowiedzi ukazuje pozytywnie ankietowane osoby jako jednostki poświęcające mniejszą wagę tematom ważkim zaś większą tematom, które związane są z własną codziennością, poruszające zagadnienia ogólnospołeczne, naukowe czy związane z własnymi pasjami.

Kolejne pytanie dotyczyło stwierdzenia czy media społecznościowe mogą stanowić współczesne narzędzie ewangelizacyjne. Przytłaczająca większość respondentów zarówno spośród grupy odbiorców jak i nadawców treści odpowiedziała twierdząco. Pojawiło się kilka odpowiedzi „może”, co wskazuje na niepewność w posługiwaniu się nowymi technologiami w zakresie ewangelizacji. Jeden

z ankietyowanych duchownych stwierdził, że media społecznościowe nie mogą stanowić narzędzia ewangelizacyjnego. Szczegóły wyników przedstawia poniższy wykres.

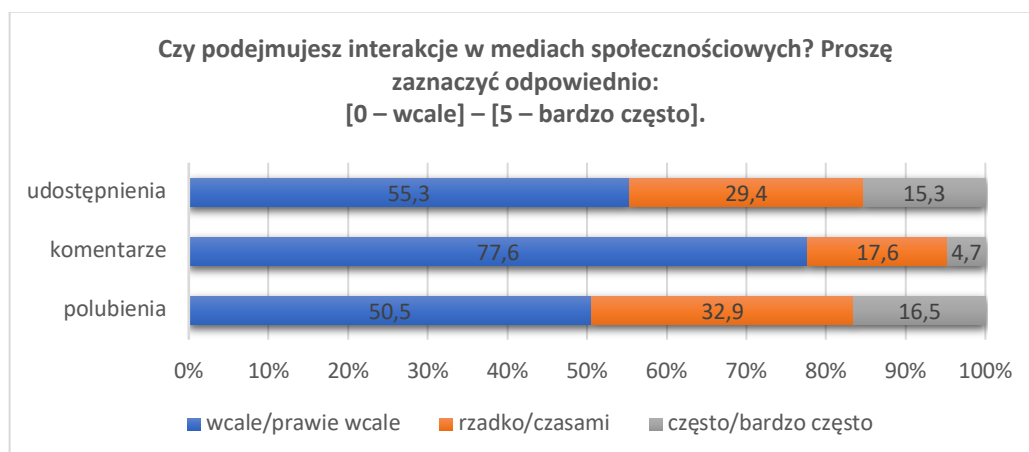


Wykres 30. Czy uważasz, że media społecznościowe mogą stanowić [w %]

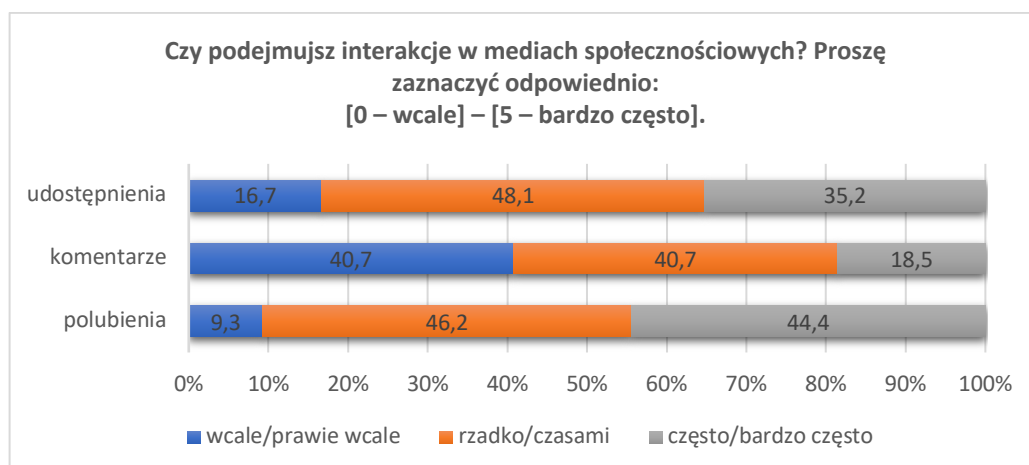
Uzyskane odpowiedzi pokazują, że respondenci dostrzegają możliwości i potencjał SM w zakresie ewangelizacji. Najprawdopodobniej sami z niej korzystają, a więc są ewangelizowani, natomiast nie podejmują działań w tym zakresie. To można powiedzieć „przewrotny” efekt badań, który pokazuje bierność i pasywność respondentów.

Kolejnym zagadnieniem podjętym w obu grupach ankietyowanych były ich interakcje podejmowane w mediach społecznościowych. Pierwsze pytanie poruszało zagadnienie samego podejmowania poszczególnych interakcji (polubienie komentarze, udostępniania), zaś drugie pytanie dotyczyło treści, które te interakcje wywoływały. Pośród zaproponowanych przez prowadzącego badania pojawiły się posty dotyczące: życia Kościoła lokalnego, życia Kościoła powszechnego, spraw społecznych, sporów moralnych, sztuki, osobistych zainteresowań; posty publikowane: przez znajomych, przez osoby zaangażowane w życie lokalnej wspólnoty; posty publikowane na oficjalnych profilach osób i instytucji kościelnych, ruchów i stowarzyszeń, polityków, celebrytów, mediów, grupach katechetycznych, grupach ewangelizacyjnych.

Odpowiedzi na pytanie dotyczące samego podejmowania interakcji przez odbiorców i nadawców przedstawiają poniższe wykresy.



Wykres 31. Interakcje – odbiorcy [w %]

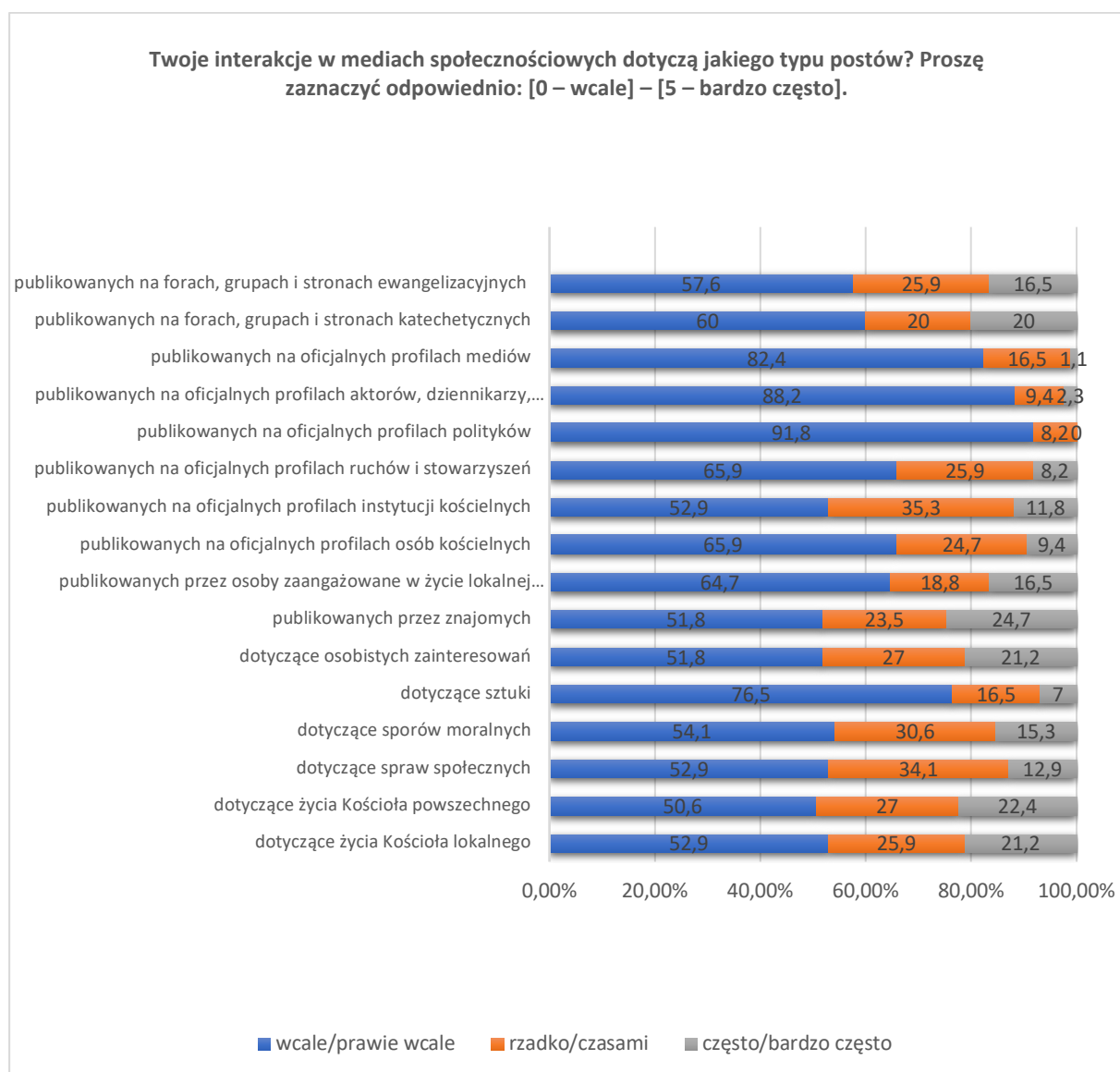


Wykres 32. Interakcje – nadawcy [w %]

Powyższe zestawienia sumaryczne wskazują, że respondenci, którzy deklarują się jako nadawcy treści chętniej podejmują interakcje w mediach społecznościowych. Znacząco częściej „lajkują” posty, piszą komentarze i udostępniają treści. Wyniki badań wskazują, że grupa ankietowanych zdeklarowanych jako odbiorcy treści niechętnie podejmuje interakcje. Dominują odpowiedzi wcale lub prawie wcale w obszarze pytań o polubienia, komentarze i udostępniania. Już ten fakt wskazuje na mniejszą otwartość tej grupy także na polu ewangelizacyjnym.

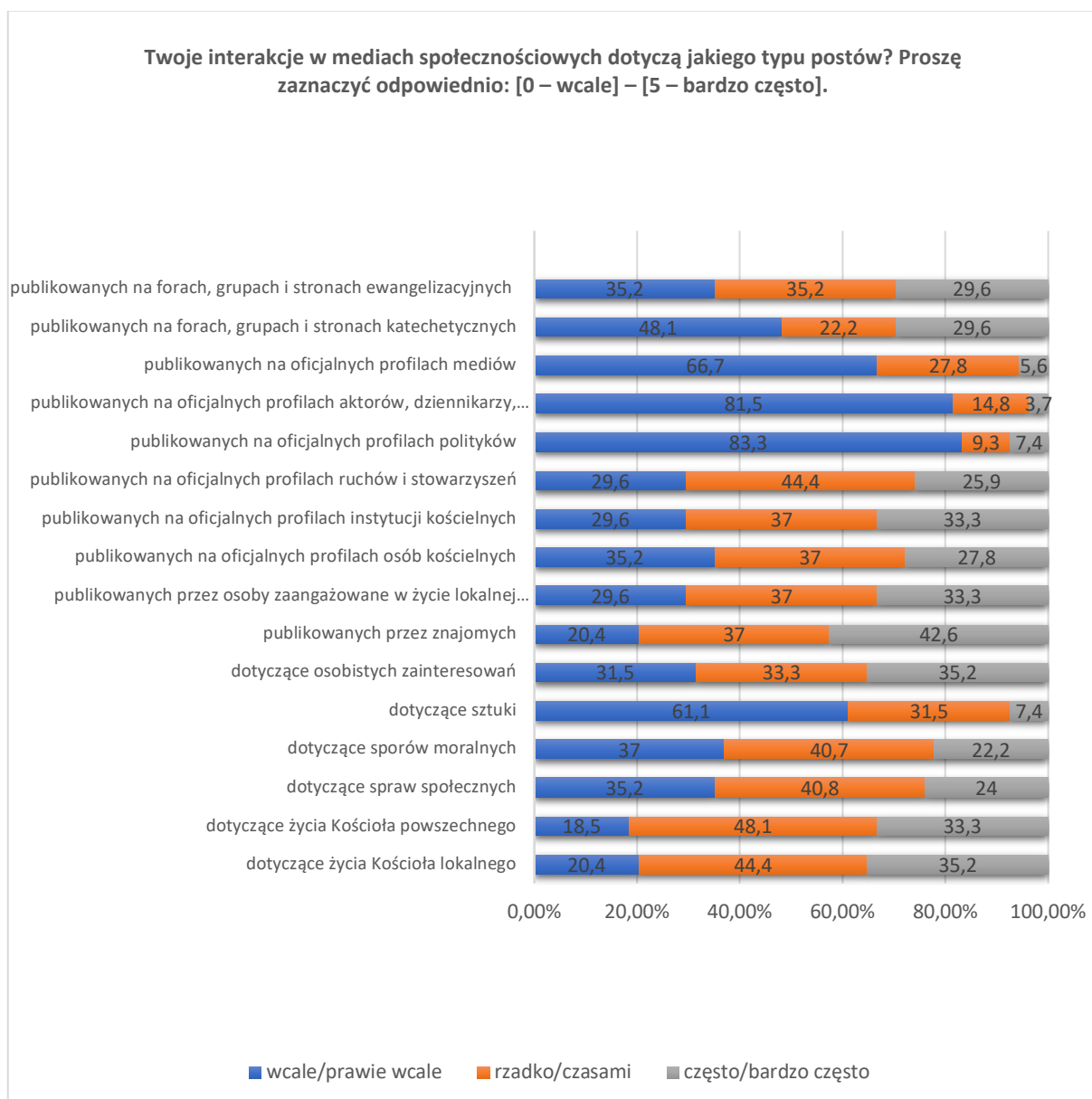
Po zamknięciu badań, w toku prowadzonej analizy wydaje się, że słuszne byłoby, a tego zabrakło, postawić pytanie o sposób reakcji na pojawiające się treści. Należałoby zapytać respondentów o wyrażaną przez nich aprobatę dla publikowanej zawartości, ale także o negatywne rzeczy, czy wyrażają sprzeciw wobec publikacji przeciwnych Kościołowi i Ewangelii.

W pytaniu dotyczącym treści, które wywoływały interakcje posłużono się formatem skali szacunkowej⁶¹³. Fakt ten pozwolił zadać omawiane pytanie wszystkim respondentom, także tym, którzy we wcześniejszych pytaniach wskazywali, że wcale lub prawie wcale nie podejmują interakcji. Zastosowano ten wybieg dla uzyskania bardziej realnej skali odpowiedzi. Uzyskane wyniki obrazują kolejne dwa wykresy.



Wykres 33. Treści wywołujące interakcje – odbiorcy [w %]

⁶¹³ Respondent wyrażał swój osąd odwołując się do uporządkowanego zbioru kategorii np. „rzadko”, „czasami” „często”. Zob. Umiński, *Diecezjalne www w Polsce a nowa ewangelizacja. Poszukiwania teologiczno-medioznawcze.*, 2017, 123.

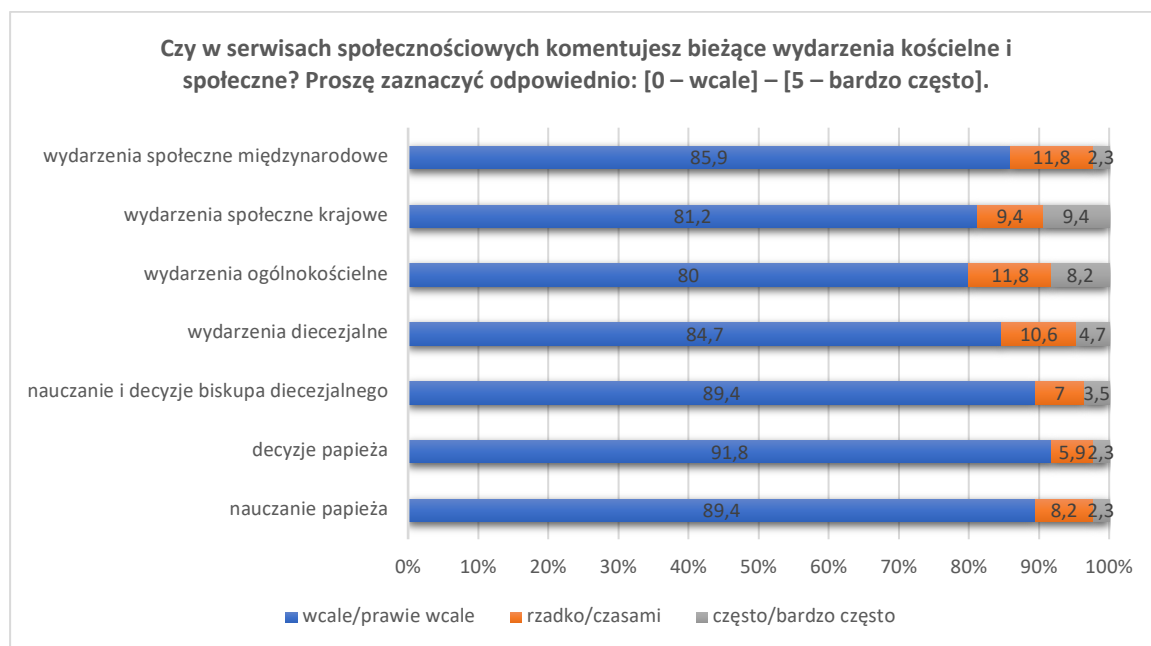


Wykres 34. Treści wywołujące interakcje – nadawcy [w %]

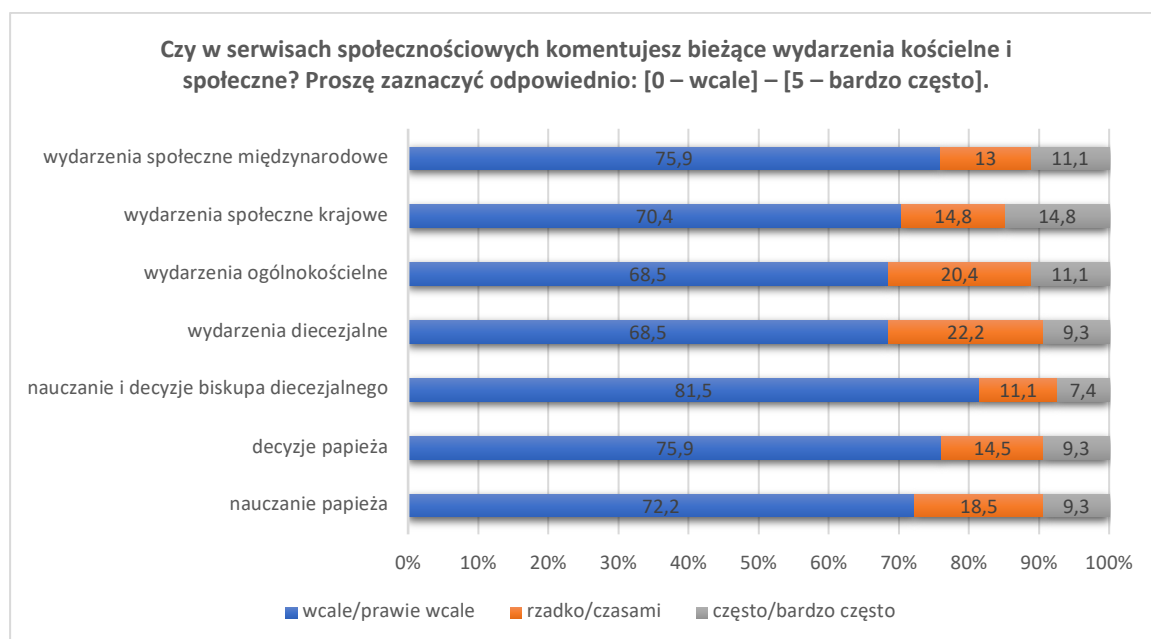
Powyższe zestawienie wskazuje, że respondenci, którzy są tylko odbiorcami treści nawet jeśli podejmują interakcje czynią to rzadziej. W obu przypadkach najczęściej wywołujące interakcję są posty publikowane przez znajomych badanych. Wskazuje to na istnienie ważnych relacji społecznych podtrzymywanych poprzez *social media*. Kolejną tematyką są sprawy życia Kościoła lokalnego i powszedniego. Niewielkim zainteresowaniem cieszą się posty o tematyce katechetycznej i ewangelizacyjnej, zaś najmniejszym treści publikowane na profilach i kontach polityków i celebrytów.

Pytanie o komentarze pod postami dotyczącymi życia społecznego i kościelnego zostało skierowane zarówno do grupy odbiorców i twórców treści. Pytanie to zostało

niejako w pewnym stopniu powtórzone w stosunku do poprzedniego. Zabieg ten został przeprowadzony celowo i świadomie. Pisanie komentarzy jest bowiem w pewnym sensie tworzeniem już jakiejś treści, stąd zdaniem autora powinno ono zostać zadane wszystkim respondentom korzystającym z *social mediów* jako swego rodzaju konkretyzacja, tym bardziej, że poruszało szczegółowe kwestie związane z życiem Kościoła.



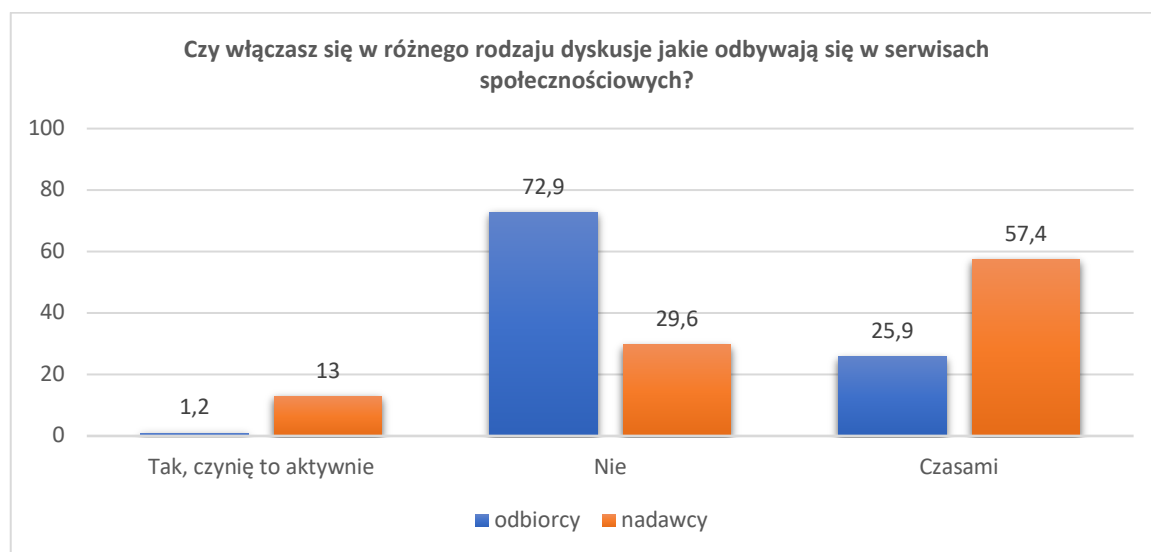
Wykres 35. Komentarze wydarzeń kościelnych i społecznych – odbiorcy [w %]



Wykres 36. Komentarze wydarzeń kościelnych i społecznych – nadawcy [w %]

Bazując na powyższych zestawieniach stwierdzić należy, że wydarzenia zarówno kościelne jak i społeczne nie cieszą się zainteresowaniem ankietowanych w zakresie zachodzenia interakcji, jakimi są komentarze. Respondenci przy wyświetlanych postach zarówno dotyczących decyzji papieża czy biskupa jak i traktujących o wydarzeniach społecznych komentarze piszą raczej sporadyczne. Pośród tych nielicznych wpisywanych komentarzy w grupie odbiorców najczęściej interakcje powodują posty dotyczące wydarzeń ogólnokościelnych, zaś w grupie nadawców posty dotyczące wydarzeń Kościoła powszechnego i lokalnego oraz posty dotyczące wydarzeń społecznych krajowych.

Kolejne pytanie dotyczyło kwestii włączania się ankietowanych w różnego rodzaju dyskusje toczące się w serwisach społecznościowych. Pytanie to skierowane zostało zarówno do odbiorców jak i nadawców treści. Pytanie miało na celu zbadać aktywność użytkowników wykraczającą poza podejmowanie prostych interakcji. Zestawienie odpowiedzi prezentuje poniższy wykres.



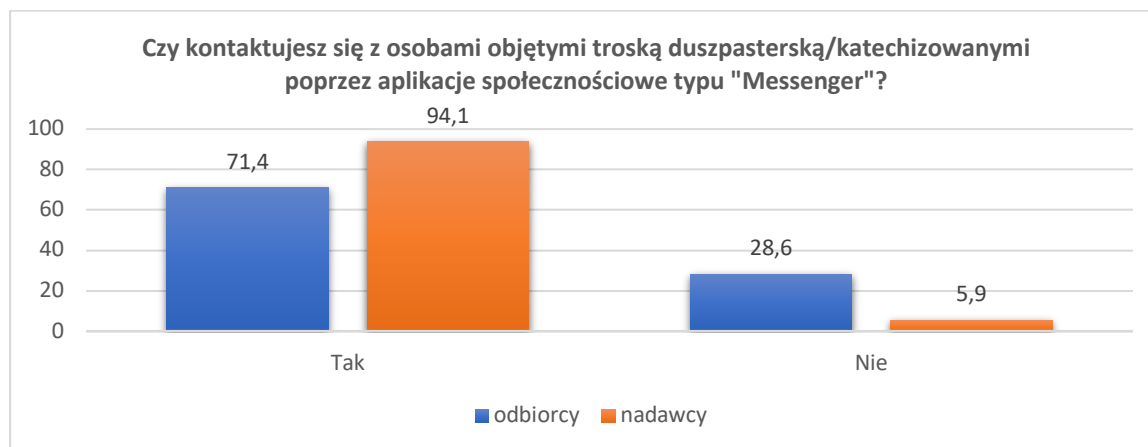
Wykres 37. Włączenie się w dyskusje w social mediach [w %]

Jak widać z powyższego zestawienia respondenci w zdecydowanej większości nie włączają się w dyskusje, które prowadzone są w serwisach społecznościowych. Przy istnieniu różnych przyczyn takiego stanu rzeczy należy zauważyć, że w tej sytuacji jest to niewykorzystana szansa do ewangelizowania. Owszem, dyskusje prowadzone w *social mediach* nie należą do łatwych, zwłaszcza kiedy dotyczą tematów związanych z wiarą. Jednakże brak w tym zakresie wyraźnego głosu ze strony tych, którzy

w większym zakresie odpowiadają za ewangelizację nie wpływa korzystnie na głoszenie orędzia Dobrej Nowiny.

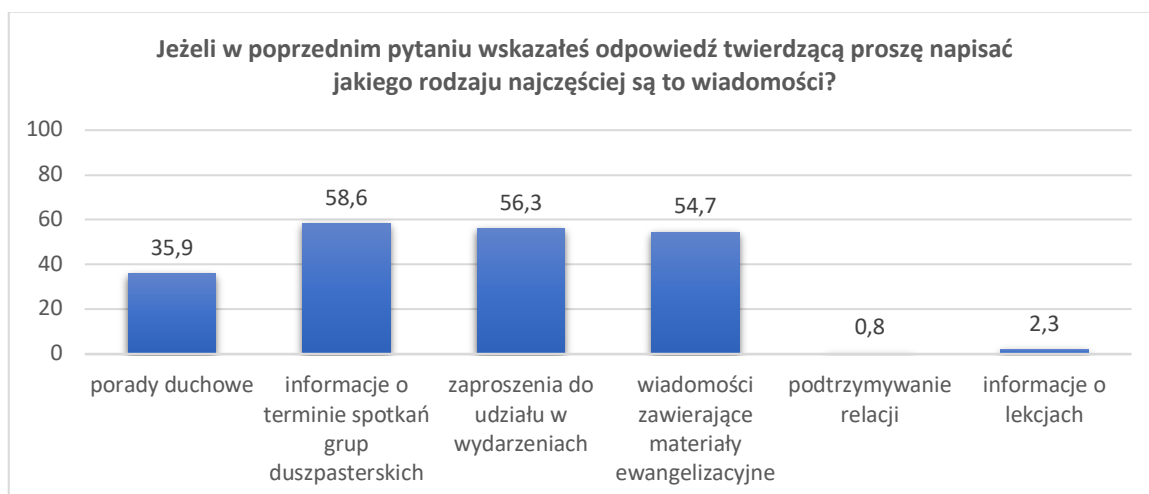
3.2.1.4. Moduł czwarty – komunikatory

Kwestionariusz w kolejnym module zawierał pytania skierowane do obu grup użytkowników. Poruszaną tematyką były kontakty prowadzone przy użyciu aplikacji typu „Messenger”. W tych pytaniach zostali pominięci alumni jako ci, którzy nie są jeszcze opiekunami duchowymi, ani katechetami zatrudnionymi na stałe. Grupa księży została zapytana o kontakty z osobami objętymi troską duszpasterską, grupa katechetów została zapytana o osoby katechizowane. Według udzielonych odpowiedzi zdecydowana większość ankietowanych kontaktuje się poprzez aplikacje typu „Messenger” z osobami objętymi troską duszpasterską czy też katechizowanymi, przy czym częściej czynią to twórcy treści. Szczegóły przedstawia poniższy wykres. W podsumowaniu graficznym odpowiedzi od księży i katechetów zostały ujęte wspólnie.



Wykres 38. Czy kontaktujesz się z osobami objętymi troską duszpasterską/katechizowanymi [w %]

Uszczegółowieniem powyższego zagadnienia było kolejne pytanie, w którym respondenci, którzy odpowiedzieli, że kontaktują się z osobami objętymi troską duszpasterską, mieli wskazać zagadnienia jakie najczęściej są poruszane w tych kontaktach. Ankietowani mogli zaznaczyć kilka odpowiedzi. Zebrane wyniki prezentuje poniższy wykres bez podziału na grupy odbiorców i nadawców.



Wykres 39. Treści poruszane poprzez komunikatory [w %]

Badani wskazali na informacje o terminie spotkań grup duszpasterskich jako zagadnienie najczęściej poruszane poprzez komunikatory internetowe. Na zbliżonym poziomie zainteresowania znajdują się wiadomości zawierające zaproszenia do udziału w wydarzeniach i materiały ewangelizacyjne. Zdecydowanie rzadziej poruszana jest tematyka dotycząca porad duchowych, życia duchowego. Ankietowani mieli możliwość wskazania jeszcze innych odpowiedzi nie zaproponowanych przez autora badań. Pośród nich znalazły się informacje o lekcjach – na te zagadnienia wskazało troje respondentów (2,3%). Jedna osoba wskazała, że kontakty poprzez komunikatory służą także podtrzymaniu relacji.

Pytanie o komunikację z osobami objętymi troską duszpasterską czy też katechizowanymi było ostatnim dotyczącym treści w mediach społecznościowych w grupie odbiorców. Po zaznaczeniu odpowiedzi przekierowywani oni byli do segmentu formularza „ostatnie pytania”. Ta część zostanie podsumowana przy końcu niniejszego zestawienia. W związku z tym omówienie następnych pytań dotyczyć będą tylko grupy nadawców treści. Ta część opracowania budzi największe zainteresowanie, odzwierciedla bowiem spojrzenie na ewangelizację poprzez *social media* tych, którzy korzystają z nich w sposób aktywny, czynny oraz twórczy.

3.2.1.5. Moduł piąty – treści nadawane w SM

Moduł piąty zawierał pytania skierowane już tylko do grupy twórców treści. Pierwsze pytanie dotyczyło prowadzenia w mediach społecznościowych strony, profilu bądź kanału o treści ewangelizacyjnej. W tym pytaniu zostali pominięci alumni, którzy z racji na ich trwającą formację z założenia nie angażują się jeszcze w samodzielne prowadzenie dzieła ewangelizacji, także tej w Internecie. Uzyskane odpowiedzi podsumowuje poniższy wykres.



Wykres 40. Czy w serwisach społecznościowych prowadzisz profile/strony/kanały [w %]

Jak wynika z powyższego większość respondentów nie prowadzi w *social mediach* stron, profili czy też kanałów o treści ewangelizacyjnej. W kolejnym pytaniu respondenci, którzy wcześniej odpowiedzieli twierdząco zostali poproszeni o wpisanie nazwy swojego profilu, strony, kanału w mediach społecznościowych. Niektórzy z ankietowanych podali ogólnie nazwę jednego z *social mediów* (Facebook, YouTube), kilkoro osób wskazało stronę internetową parafii. Pośród innych odpowiedzi znalazły się takie jak: strona parafialna na FB, *Zamojska Szkoła Ewangelizacji*⁶¹⁴, strona na Facebooku grupy oazowej, profil Duszpasterstwa LSO Diecezji⁶¹⁵, *Ewangelia przed*

⁶¹⁴ <https://www.facebook.com/zamojskaskolaewangelizacji>

⁶¹⁵ <https://www.facebook.com/Liturgiczna-S%C5%82u%C5%BCba-O%C5%82tarza-diecezji-Zamojsko-Lubaczowskiej-189888701387350>

*kawą*⁶¹⁶, *Miesięcznik Adeste*⁶¹⁷, *Templum Christi*⁶¹⁸, *Adam Malinowski - kanał na YouTube*⁶¹⁹, *U Ducha, ekatecheta*⁶²⁰.

Kolejne pytanie dotyczyło prowadzenia stron internetowych o treści ewangelizacyjnej. Odpowiedzi respondentów prezentuje poniższy wykres.



Wykres 41. Czy prowadzisz strony internetowe o treści ewangelizacyjnej? [w %]

W wypadku stron internetowych badanie pokazało, że zdecydowana większość respondentów nie prowadzi żadnej strony internetowej, która prezentowałyby treści ewangelizacyjnej. Podobnie jak w przypadku pytania o strony, profile czy kanały w *social mediach* tak i tu poproszono ankietowanych o wpisanie stron internetowych, które są przez nich prowadzone. Pośród odpowiedzi znalazły się strony z pomocami katechetycznymi, parafialne strony internetowe oraz *Słowo daje*.

Powyższe pytania wpisywały się w badanie działalności oficjalnej ankietowanych. Kolejne pytania dotyczyły treści prezentowanych w *social mediach* na kontach prywatnych badanych użytkowników. Pierwsze z takich pytań dotyczyło sposobu publikacji treści a mianowicie tego, czy użytkownicy są ich autorami,

⁶¹⁶ Tak zatytułowany jest cykl transmisji online prowadzonych przez ks. Sławomira Koronę ze swojego prywatnego konta. Sylwetka wspomnianego księdza zostanie przywołana i omówiona w dalszej części pracy.

⁶¹⁷ <https://www.facebook.com/adeste.org>

⁶¹⁸ <https://www.facebook.com/templumchristi>

⁶¹⁹ <https://www.youtube.com/channel/UCJOHRt-hv2iwNBReQu4V7fA>

⁶²⁰ <https://www.facebook.com/Ekatecheta-katecheza-interaktywna-114181380463481>

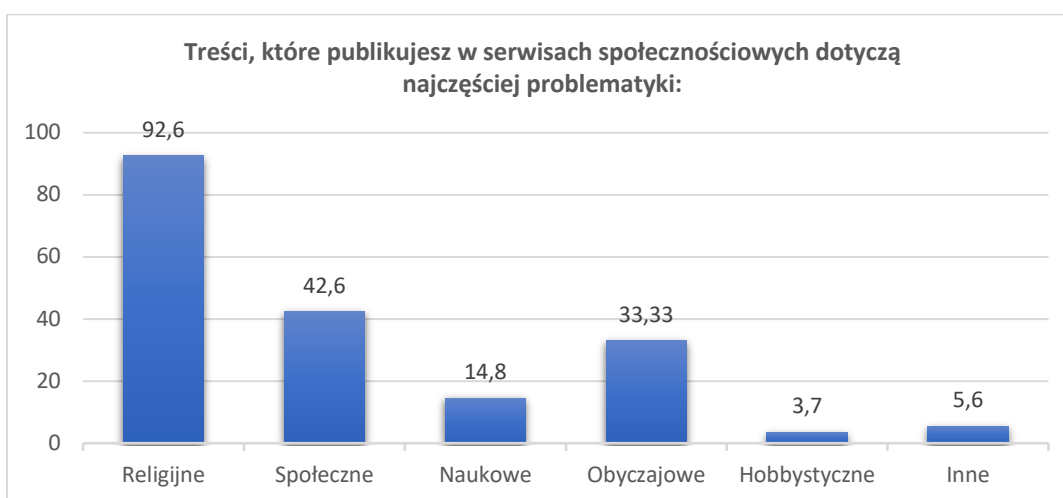
czy też bardziej czynią to w formie udostępniania. Odpowiedzi prezentuje poniższy wykres, na którym ujęto wspólnie grupę badanych tak jak to czyniono we wcześniejszych analizach.



Wykres 42. Publikowanie treści – sposoby [w %]

Jak widać z powyższego zestawienia ponad połowa ankietowanych, którzy odpowiedzieli na to pytanie jest zarówno samodzielnym twórcą publikowanych treści jak też posługuje się formą udostępniania.

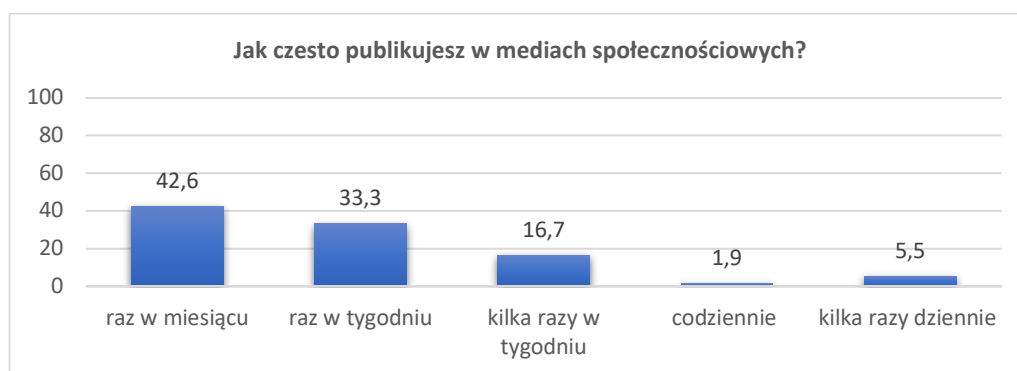
Zapytano ankietowanych także, o najczęściej poruszaną problematykę w publikowanych treściach. Autor badania zaproponował następujące możliwe odpowiedzi: religijne, społeczne, naukowe, obyczajowe, osobiste, inne. W opcji inne ankietowani mieli możliwość wpisania konkretnych propozycji. Badani mogli zaznaczyć kilka opcji. Wszystkie uzyskane odpowiedzi prezentuje poniższy wykres.



Wykres 43. Poruszana problematyka w publikowanych postach [w %]

Jak widać z powyższego zestawienia najczęściej publikowane treści dotyczą problematyki religijnej. Uzyskany wynik jest zgodny z jednym z wcześniejszych zapytań dotyczących zainteresowań jakie przejawiają ankietowani użytkownicy mediów społecznościowych. Pośród wskazanych innych zagadnień pojedyncze osoby wymieniły treści ewangelizacyjne, związane z pracą oraz dotyczące ogłoszeń parafialnych.

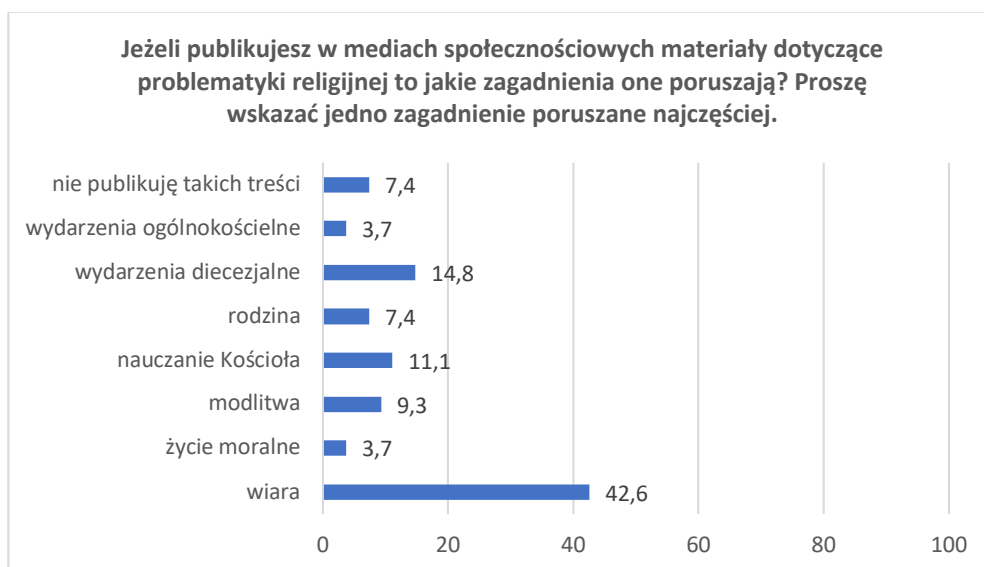
Przy pytaniach dotyczących publikowania w serwisach społecznościowych konieczne było skierowanie pytania o częstotliwość takich publikacji. Odpowiedzi ukształtowały się według poniższego wykresu.



Wykres 44. Częstotliwość publikacji [w %]

Uzyskane odpowiedzi pokazały, że częstotliwość publikowania jest niska. Codziennie i kilka razy dziennie publikują treści tylko cztery (7,4%) osoby spośród ankietowanych. Największą grupę stanowią ci, którzy czynią to raz w miesiącu. Prawdą jest, że częstotliwość publikacji nie jest najważniejsza, niemniej jednak wskazuje na zaangażowanie użytkownika.

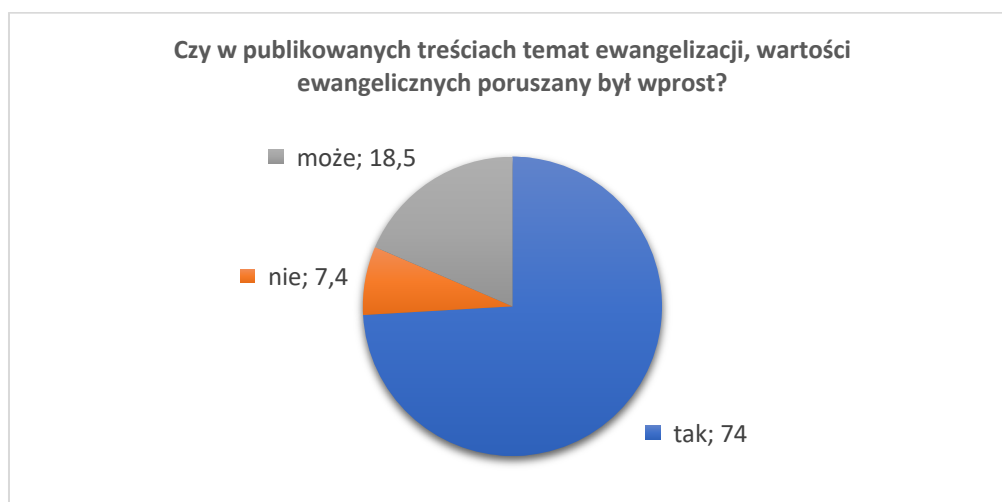
Kolejna seria pytań dotyczyła różnych aspektów tematyki religijnej w publikowanych treściach. W pierwszym pytaniu ankietowani zostali poproszeni o wskazanie jednego najczęściej poruszanego zagadnienia dotyczącego tematyki religijnej. Ankietowani w tym pytaniu nie mieli możliwości dodania swoich propozycji, natomiast, jako że było to pytanie obowiązkowe mogli wskazać opcję „nie publikuję takich treści”. Taka opcja pozwoliła zobaczyć niejako przy okazji, ile konkretnie osób spośród ankietowanych w ogóle nie jest zainteresowana treścią religijną. Odpowiedzi kształtowały się następująco.



Wykres 45. Tematyka religijna [w %]

Według uzyskanych danych czworo respondentów (7,4%) nie publikuje materiałów z treściami religijnymi. Największe zainteresowanie badani przejawiają wiarą i to właśnie ten temat pojawia się najczęściej w publikacjach. Pod pojęciem „wiary” może kryć się szeroki zakres tematyki, stąd prawdopodobnie ta odpowiedź była najczęściej zaznaczana. Pozostałe odpowiedzi znajdują się na podobnym poziomie, choć pośród nich pierwsze miejsca zajmują wydarzenia diecezjalne.

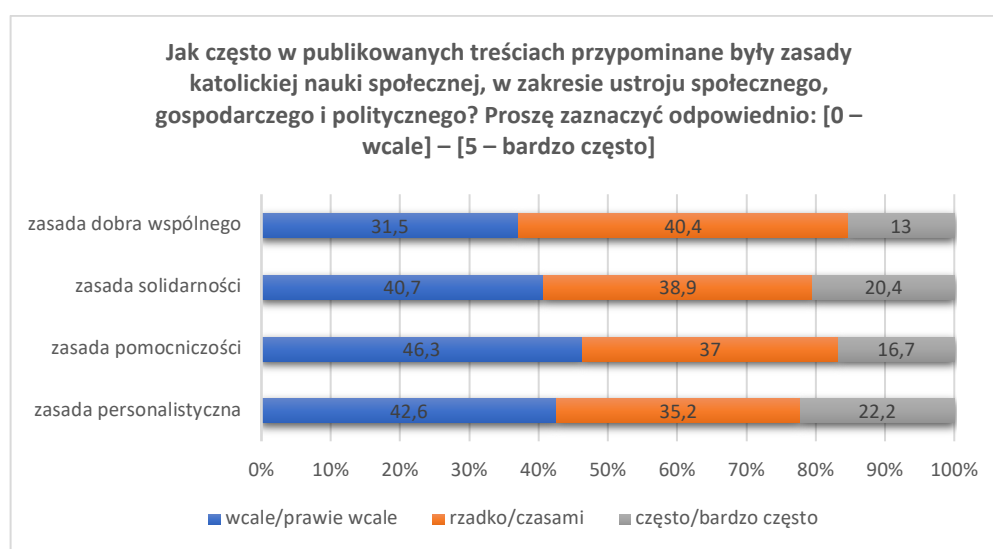
W kolejnym pytaniu zapytano wprost o temat ewangelizacji zawarty w treściach publikowanych w mediach społecznościowych. Badani odpowiedzieli następująco.



Wykres 46. Poruszanie tematu ewangelizacji i treści ewangelicznych [w %]

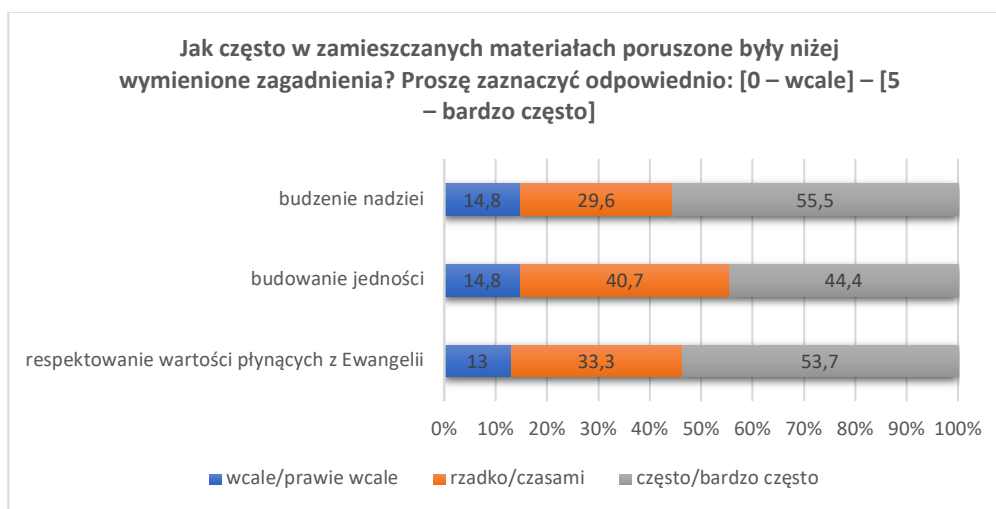
Jak widać większość ankietowanych wskazała na odpowiedź twierdzącą. Nieliczni nie poruszają tego zagadnienia, zaś dziesięć osób (18,5%) wskazuje na niepewność co do poruszanej tematyki.

Badani zostali zapytani o częstotliwość przypominania w zamieszczanych postach zasad katolickiej nauki społecznej dotyczącej ustroju społecznego, gospodarczego i politycznego. Okazało się, że ta tematyka przez część respondentów (około 40%) poruszana jest „rzadko” lub „czasami”. W skrajnych ocenach zdecydowanie przeważają „wcale” lub „prawie wcale”. Przy odpowiedziach „często” i „bardzo często” można dostrzec niewielką różnicę na korzyść zasady solidarności i zasady personalistycznej. Szczegóły prezentuje poniższy wykres.



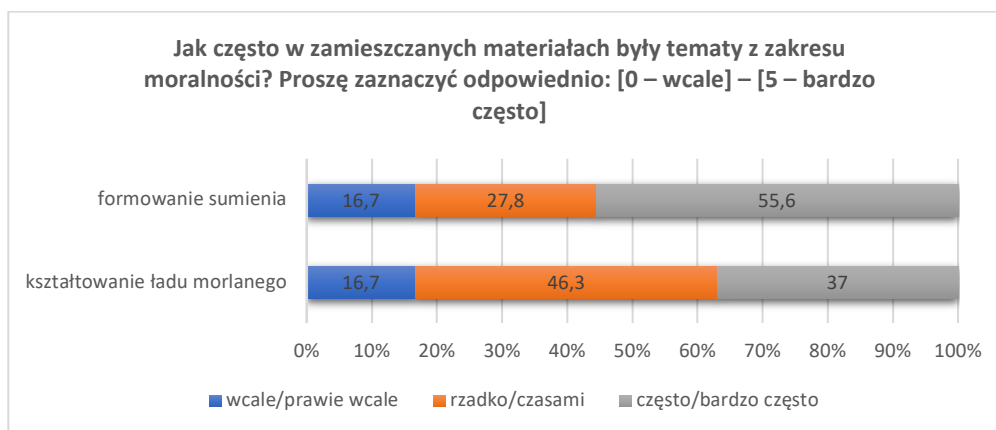
Wykres 47. Częstotliwość przypominania zasad Katolickiej Nauki Społecznej [w %]

W poruszaniu kwestii dotyczących respektowania wartości płynących z Ewangelii oraz budzenie nadziei, ponad połowa respondentów wskazała, że temat ten był przedmiotem zainteresowania w zakresie „często” i „bardzo często”. Rzadziej poruszana była tematyka dotycząca budowania jedności. Około 14% ankietowanych wskazało, że tematyka ta była poruszana „wcale” lub „prawie wcale”. Szczegóły prezentuje poniższy wykres.



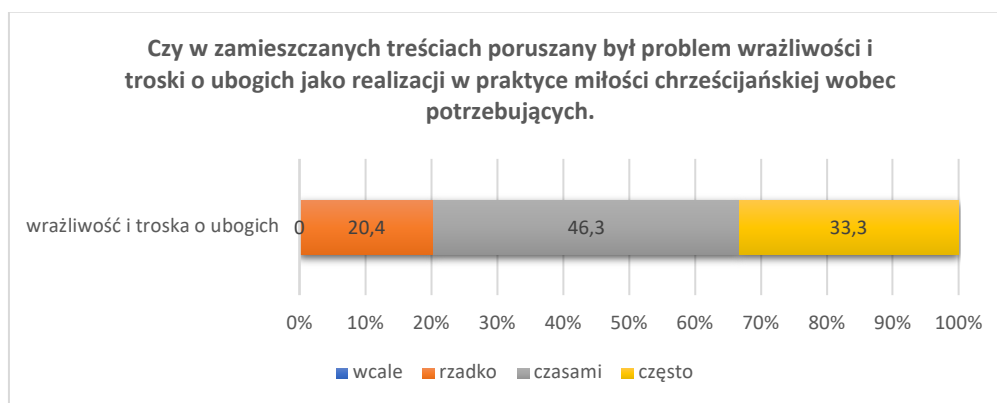
Wykres 48. Tematyka: respektowanie wartości ewangelicznych, jedność, nadzieja [w %]

W module tematów z zakresu moralności ponad połowa respondentów wskazała na zagadnienie formowania sumienia jako mieszczące się w przedziale publikowania „często” i „bardzo często”. Ten sam przedział częstotliwości publikowania w zakresie kształtowanie ładu moralnego wskazało 37% ankietowanych. Najniższy przedział „wcale” i „prawie wcale” wskazało 15 ankietowanych (16,7%) zarówno w tematyce formowania sumienia jak i kształtowania ładu moralnego.



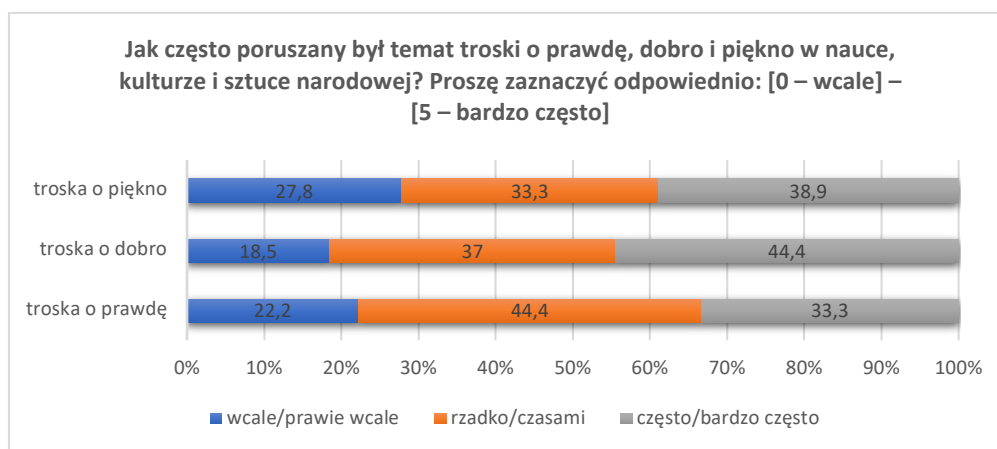
Wykres 49. Tematyka: formowanie sumienia, kształtowanie ładu moralnego [w %]

Blisko połowa respondentów (46,3) wskazała na tematykę troski o ubogich jako poruszaną czasami. Osiemnastu ankietowanych (33,3%) zaznaczyło odpowiedź „często”. „Rzadko” to zagadnienie podejmuje jedenastu badanych (20,4%). Nikt spośród ankietowanych nie zaznaczył opcji „wcale”.



Wykres 50. Tematyka: troska o ubogich [w %]

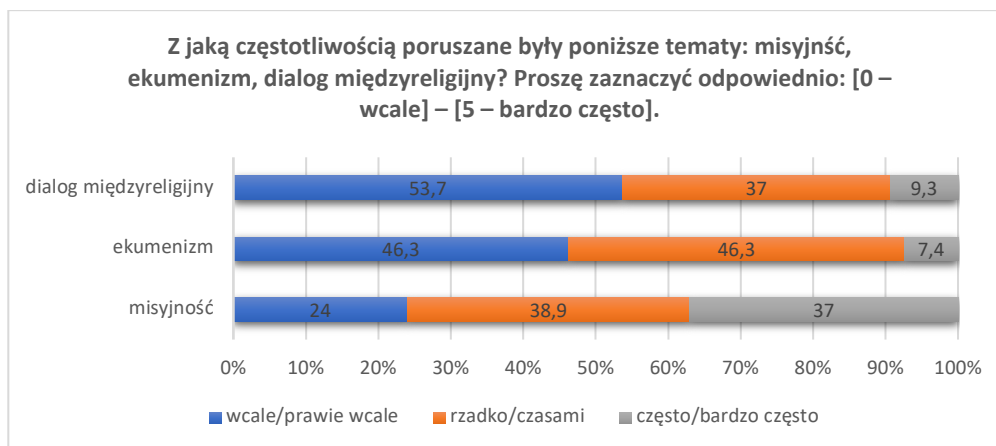
Temat troski o prawdę, dobro i piękno w kulturze i sztuce narodowej według opinii respondentów pojawiał się ze średnią częstotliwością. Zagadnienie troski o prawdę „często” lub „bardzo często” poruszało zaledwie osiemnastu respondentów – co daje 33,3%. Nieco więcej zainteresowania wzbudziła tematyka troski o piękno (38,9%). Najczęściej spośród proponowanych, poruszana była tematyka troski o dobro (44,4%).



Wykres 51. Tematyka: prawdo, dobro, piękno [w %]

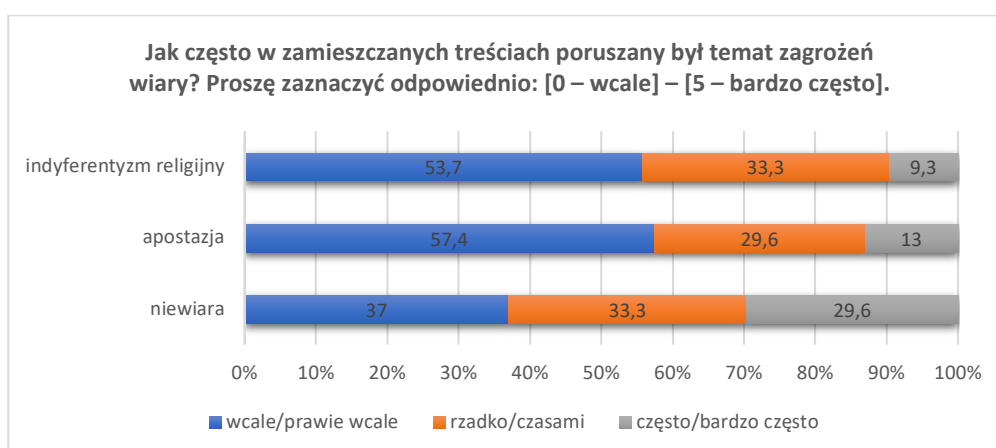
Spośród tematyki dotyczącej misyjności, ekumenizmu i dialogu międzyreligijnego najczęściej poruszane było zagadnienie misyjności. Tylko 24% ankietowanych wskazało, że ten zakres zagadnień nie pojawiał się „wcale” lub „prawie wcale” w publikowanych przez nich treściach. Podobna liczba ankietowanych wskazała na częstotliwość publikacji w zakresach „rzadko”, „czasami” oraz „często” i „bardzo często”. Najmniejszym zainteresowaniem z tej tematyki cieszyło się zagadnienie dialogu międzyreligijnego. Aż 53,7% ankietowanych wskazało, że temat

ten w ich treściach nie pojawiał się „wcale” lub „prawie wcale”. Szczegóły prezentuje poniższy wykres.



Wykres 52. Tematyka: misyjność, ekumenizm, dialog międzyreligijny [w %]

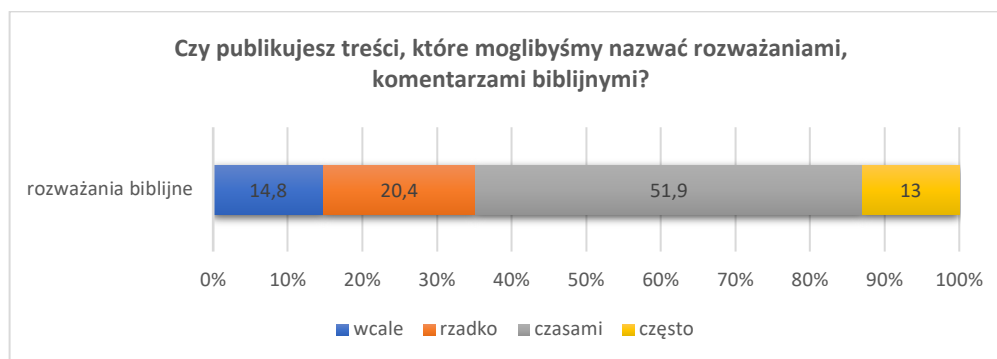
Pośród odpowiedzi na pytanie dotyczące wiary (niewiara, apostazja, indyferentyzm religijny) 53,7% respondentów wskazało, że zagadnienie obojętności jest nieobecne „wcale” lub „prawie wcale” w treściach, które publikują. 33,3% badanych wskazało, że temat ten poruszają „rzadko” lub „czasami”, zaś tylko 9,3% „często” i „bardzo często”. W sposób zbliżony rozkładają się zestawienia pytania dotyczącego kwestii apostazji. Pewną różnicę w odpowiedziach zauważyć można, jeśli chodzi o zagadnienie niewiary. W tym wypadku 37% ankietowanych wskazało, że temat ten jest nieobecny „wcale” lub „prawie wcale”, 33,3% wskazało na poruszanie go „rzadko” bądź „czasami”, zaś 29,6% „często” i „bardzo często”.



Wykres 53. Tematyka: niewiara, apostazja, indyferentyzm religijny [w %]

W pytaniu o publikowanie rozważań, komentarzy biblijnych nieco ponad połowa respondentów wskazała, że czyni to „czasami” (51,9%). Ośmiu ankietowanych (14,8%)

wskazał, że nie publikuje takich treści „wcale”, zaś jedenaście osób (20,4%) odpowiedziało, że czyni to „rzadko”. Siedmioro badanych (13%) odpowiedziało, że publikuje takie treści „często”.



Wykres 54. Tematyka: komentarze, rozważania biblijne [w %]

Kolejne pytanie dotyczyło publikowania treści w formie przekazu na żywo. By ukierunkować respondentów o jakie przekazy chodzi autorowi badań, podano jako przykład wspólnej modlitwy online. Według uzyskanych odpowiedzi ponad 60% badanych nie prowadzi takich transmisji.



Wykres 55. Relacje na żywo [w %]

Zdecydowana większość ankietowanych (87%) odpowiedziała twierdząco na pytanie o zamieszczanie treści i linków odsyłających do wydarzeń diecezjalnych. Pośród najczęściej publikowanych linków były te, które dotyczyły pielgrzymek (81,5%),

następnie Exodusu młodych⁶²¹ (72,5%) oraz rekolekcji i spotkań formacyjnych (68,5%). Dość dużym zainteresowaniem cieszyły się wieczory uwielbienia (53,7%), spotkania ewangelizacyjne (51,6%), diecezjalne spotkania dla ministrantów (42,6%) oraz festiwale i koncerty (38,9%). Wśród propozycji respondentów pojawiły się wydarzenia związane z życiem Wyższego Seminarium Duchownego⁶²², Ekstremalną Drogą Krzyżową⁶²³ oraz konkursami⁶²⁴. Ankietowani zostali zapytani także o umieszczanie w publikowanych treściach odnośników do stron diecezjalnych, ewangelizacyjnych lub ogólnych o charakterze religijnym. Zdecydowana większość (66,7%) odpowiedziała

⁶²¹ Exodus młodych to rokroczne ogólnopolskie kilkudniowe spotkania młodzieży na terenie diecezji zamojsko – lubaczowskiej. Organizatorzy Exodusu tak mówią o historii jego powstania wskazując jednocześnie jego założenia: „Pomysł na EXODUS MŁODYCH, czyli spotkanie młodzieży diecezji zamojsko-lubaczowskiej dojrzewał wolno od dłuższego czasu. Zaczęło się w 2009 r., kiedy ks. Jarek Kędra i ks. Piotr Spyra postanowili wypocząć po trudach roku szkolnego gdzieś na łonie natury. A że lubią wypoczywać z młodzieżą – zaprosili do tego wypoczynku młodzież ze swoich miejscowości, wspólnot i różnych znajomych. Tym sposobem spędzili tydzień w malowniczej miejscowości Wólka Biska k. Księżpola. Czas upłynął niesłychanie szybko. W planie dnia mieliśmy: modlitwy poranne, Eucharystia, sport (siatkówka, koszykówka, piłka nożna, kajaki), konferencja na taki temat, jaki chciała młodzież, gry i zabawy zespołowe, modlitwy, szkoła liturgiczna i szkoła śpiewu, «klimaciaste» nabożeństwo wieczorne, śpiewy, ognisko, film i dyskusja, wycieczka. Grupa bardzo zżyła się ze sobą, również dzięki cudownym animatorom – harcerzom. Kilka razy udało się nawet spotkać w ciągu roku i powspominać razem przeżyte chwile. Był to również czas, gdzie każdy znalazł wreszcie trochę czasu, by pomodlić się, by tak naprawdę spotkać się z Bogiem i naładować duchowe akumulatory pozytywną energią (w sensie – łaską Bożą) na kolejnych kilka miesięcy. Dołączył do nas ks. Krystian Bordzań i postanowiliśmy wspólnymi siłami zrobić coś więcej – coś na wzór tego spotkania, tylko że na dużo większą skalę. Zaprosić ciekawych gości, zespoły muzyczne i znacznie więcej młodzieży, zwłaszcza z grup i wspólnot modlitewnych naszej diecezji, choć nie tylko. To «coś» nazwaliśmy Exodus Młodych”. „O spotkaniu”, [exodusmlodych.pl, dostęp 14 luty 2022, https://exodusmlodych.pl/o-spotkaniu/#](https://exodusmlodych.pl/o-spotkaniu/#).

⁶²² Jako przykład można przywołać relacje ze święceń diakonatu i prezbiteratu, obłóczyny, wigilię seminaryjną.

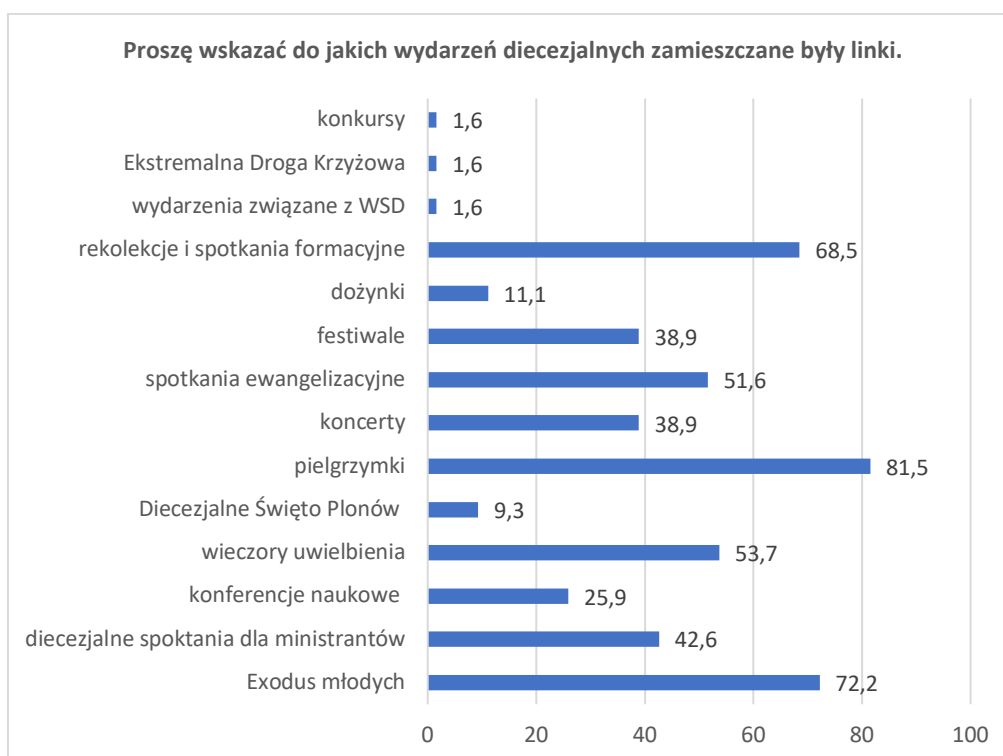
⁶²³ Droga Krzyżowa odprawiana samotnie, w nocy na odcinku około 40 km. „Czym jest EDK?”, [edk.org.pl, dostęp 14 luty 2022, https://www.edk.org.pl/czym-jest-edk](https://www.edk.org.pl/czym-jest-edk).

⁶²⁴ Jako przykład można przywołać: Konkurs Wiedzy o Biblii i Kościele, Konkurs KSM o bł. Karolinie i św. Stanisławie Kostce.

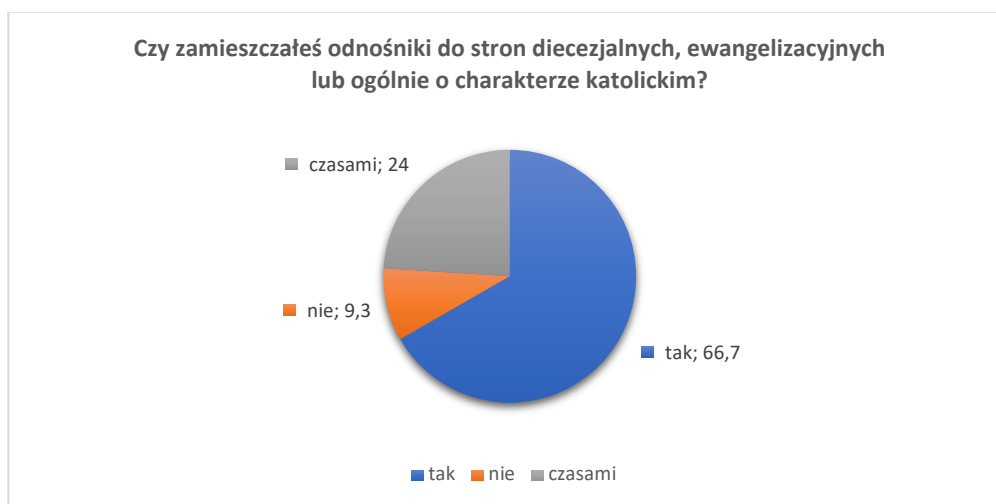
twierdząco, „czasami” zaznaczyło 24% ankietowanych, zaś odpowiedzi „nie” udzieliło 9,3% badanych.



Wykres 56. Czy zamieszczałeś linki do wydarzeń diecezjalnych? [w %]



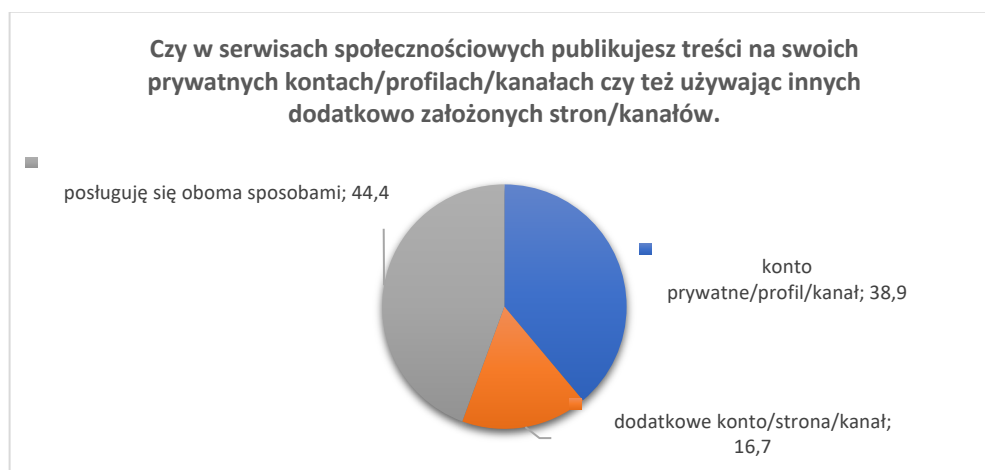
Wykres 57. Linki do wydarzeń diecezjalnych [w %]



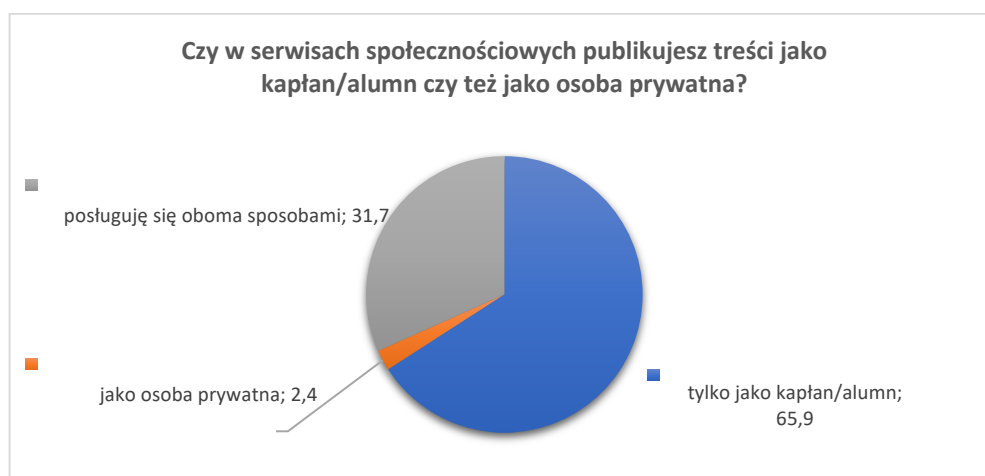
Wykres 58. Czy zamieszczałeś odnośniki do stron diecezjalnych, ewangelizacyjnych, katolickich? [w %]

3.2.1.6. Moduł szósty – sposoby publikowania treści oraz komentarze

Kolejne pytanie kwestionariusza należało do modułu informacji ogólnych uzupełniających o publikowanych treściach, a dotyczyło sposobu publikowania. W tym pytaniu dostrzec można pewne podobieństwo do poruszanego już zagadnienia a mianowicie prowadzenia stron, profili o treści ewangelizacyjnej. W tamtym pytaniu pominięci zostali alumni. W tym natomiast pytaniu, które wykracza poza zakres tematyki ewangelizacji klerycy zostali uwzględnieni. Pytanie to bowiem dotyczy ogólnych treści publikowanych w mediach społecznościowych. Autor badania ma także świadomość, że niejednokrotnie użytkownicy *social mediów* posługują się tak zwanymi „*fake kontami*”, co może dotyczyć także respondentów uzupełniających kwestionariusz. Według uzyskanych odpowiedzi 39% badanych posługuje się kontem prywatnym przy publikowaniu treści, 17% korzysta z dodatkowych kont, stron, kanałów, zaś 44% odpowiedzi wskazuje na posługiwanie się oboma sposobami. By uszczegółowić sposoby publikowania treści księży i alumni zostali zapytani o to, czy publikują jako kapłan/alumn, czy też jako osoba prywatna. Pośród ankietowanych tylko jedna osoba wskazała, że czyni to tylko jako osoba prywatna (2,4%), zdecydowana większość (65,9%) badanych odpowiedziała, że publikuje tylko jako kapłan/alumn.



Wykres 59. Sposoby publikowania treści: konto prywatne, konto dodatkowe [w %]



Wykres 60. Sposoby publikowania: ksiądz/alumn, osoba prywatna [w %]

W pytaniu o publikowanie na różnego rodzaju forach i grupach 66,6% badanych wskazało, że tego nie czyni. Respondenci, którzy zaznaczyli, że publikują w ten sposób treści wskazali, że czynią to na następujących grupach/forach⁶²⁵: *Katecheza z pomysłem*⁶²⁶, *Katecheci zamojsko-lubaczowscy*⁶²⁷, *strona audycji w Katolickim Radiu Zamość*, *Jak będzie w katolicyzmie*, *Pandy szustaka*, *Pasjonaci liturgii*, *grupy*

⁶²⁵ Nazwy grup podawali ankietowani. W kolejnych przypisach podano adresy tych grup, które autor badań odnalazł w SM.

⁶²⁶ <https://www.facebook.com/groups/katechezapomyslem>

⁶²⁷ <https://www.facebook.com/groups/1457723277825944>

fotograficzne⁶²⁸, grupy związane z Polską Misją Katolicką we Francji⁶²⁹, grupy kapłańskie⁶³⁰, prywatne grupy np. dawnych znajomych, grupy związane z wolontariatem, Wspólnota Przyjaciele Oblubieńca⁶³¹, Szkolne Koło Caritas⁶³², Dzieła Misyjne Diecezji Zamojsko-Lubaczowskiej⁶³³, Grupa szkolna – dla uczniów i rodziców katechizowanych, Duszpasterstwo nauczycieli⁶³⁴.



Wykres 61. Publikowanie na forach i grupach [w %]

W pytaniu o grupę odbiorców respondenci mogli wskazać kilka odpowiedzi. Zaproponowane przez autora badań nie tylko, że się nie wykluczały, co nawet uzupełniały. Ankietowani publikujący treści w *social mediach* wskazali, że największą grupą odbiorców są ludzie dorośli (94,4%), kolejną młodzież (81,5%) oraz dzieci (44,4%).

⁶²⁸ <https://www.facebook.com/groups/zamojskagrupafotograficzna>

⁶²⁹ <https://www.facebook.com/groups/375227193641198>

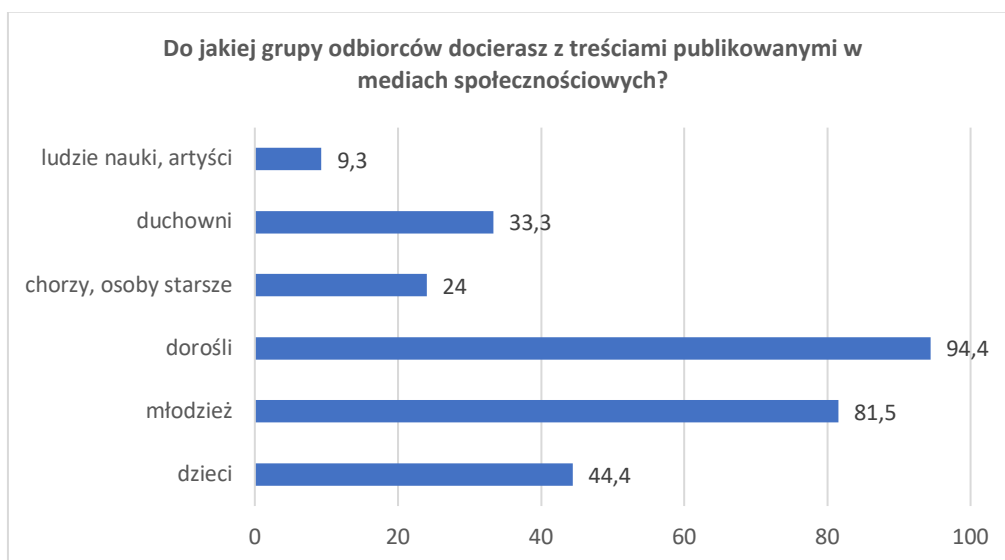
⁶³⁰ <https://www.facebook.com/groups/485048678540947>

⁶³¹ W serwisie Facebook znajdują się nie tyle grupy związane z tą wspólnotą co strony, np. <https://www.facebook.com/Wsp%C3%B3lnota-Przyjaciele-Oblubie%C5%84ca-na-Karol%C3%B3wce-741593449358581>

⁶³² <https://www.facebook.com/groups/skewolontariat>

⁶³³ <https://www.facebook.com/Dzie%C5%82a-Misyjne-Diecezji-Zamojsko-Lubaczowskiej-1155147164517648>

⁶³⁴ <https://www.facebook.com/groups/1442580636065810>

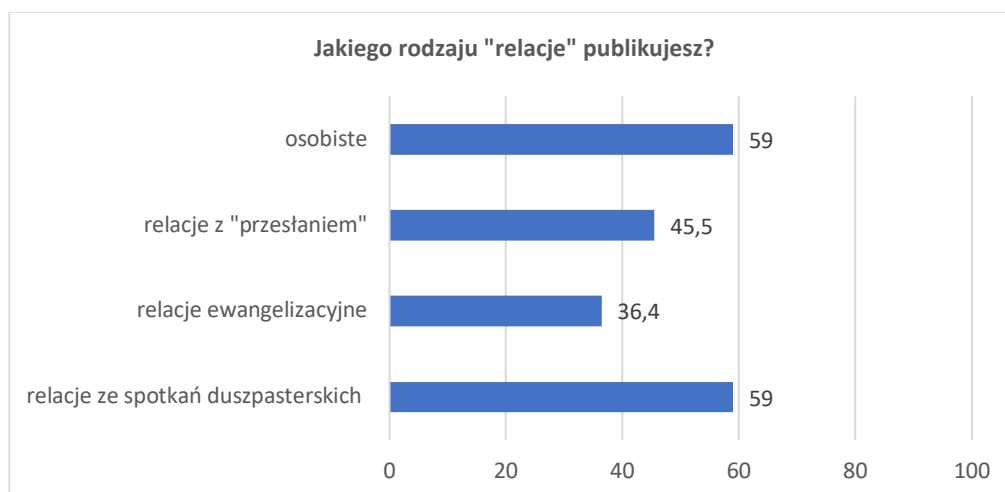


Wykres 62. Grupy odbiorców treści [w %]

Opcja publikowania jako „Relacja”, lub „InstaStory”, lub podobne jest używana przez 22 respondentów (40,7%). Pośród treści publikowanych w ten sposób najczęściej pojawiają się relacje ze spotkań duszpasterskich (59%), relacje z „przesłaniem” wskazało 45,5% ankietowanych, zaś relacje ewangelizacyjne 36,4 %.



Wykres 63. Publikowanie przy pomocy „Relacji”, „InstaStory”

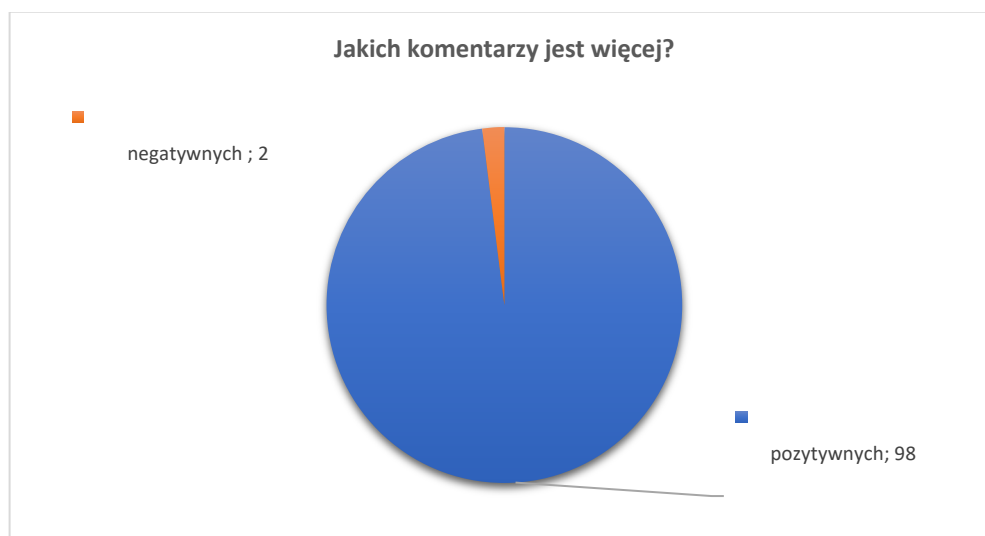


Wykres 64. Rodzaje publikowanych „relacji” [w %]

Ostatni moduł pytań w zakresie publikowania treści dotyczył pojawiających się komentarzy. Większość ankietowanych (92,6%) wskazała, że przy publikowanych treściach jest możliwość komentowania. Pośród pojawiających się komentarzy zdecydowanie więcej jest tych pozytywnych (98%).

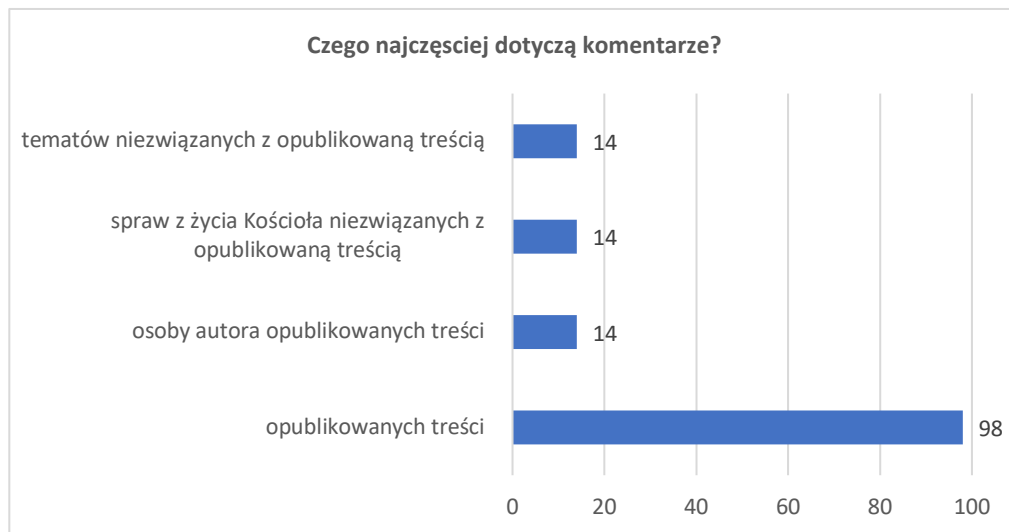


Wykres 65. Czy jest możliwość komentowania? [w %]

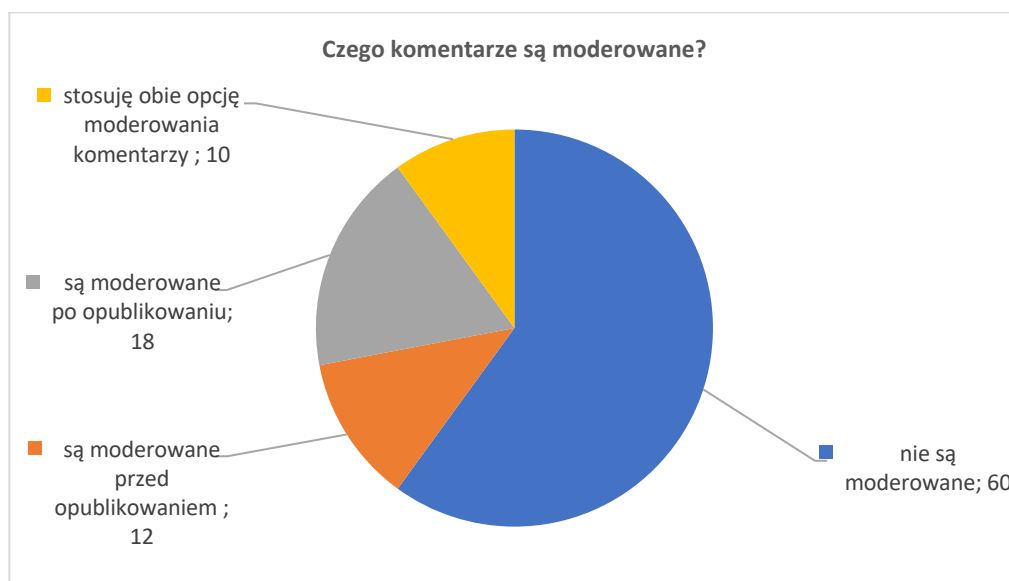


Wykres 66. Jakich komentarzy jest więcej? [w %]

Komentarze najczęściej dotyczą opublikowanych treści, zaś zdecydowanie rzadziej (po 14%) osoby publikującej treści, spraw z życia Kościoła niezwiązanych z opublikowaną treścią (jako swoista forma komentarza do bieżących wydarzeń z życia Kościoła), oraz kwestii niezwiązanych z zawartością posta. Ponad połowa ankietowanych nie moderuje komentarzy (60%), pozostali ankietowani moderują komentarze przed ich opublikowaniem lub po, włącznie z możliwością usunięcia komentarza. Pośród powodów konieczności usuwania komentarzy wskazano: wulgaryzm, obrażanie, ośmieszanie brak szacunku do ludzi, są nie na temat, naruszają dobro osoby, atakują inne osoby, ponieważ naruszają dobre imię Kościoła Katolickiego i duchownych, przeczą wierze, totalna ignorancja nauki Kościoła, brak kultury, uparte głoszenie treści przeciwnych nauczaniu Kościoła, są jednostronne, pomówienia, hejt, chamskie traktowanie ludzi. Pośród wymienionych najczęściej przewija się wulgarność i agresywny język.



Wykres 67. Tematyka komentarzy [w %]



Wykres 68. Moderowanie komentarzy [w %]

3.2.2. Ankieta - pytania otwarte

Moduł „Ostatnie pytania” zawierał trzy pytania o wypełnienie których zostali poproszeni wszyscy ankietowani. We wszystkich prezentowanych odpowiedziach została zachowana oryginalna pisownia.

3.2.2.1. Ewangelizacyjne pomysły respondentów

W ramach odpowiedzi respondenci bazując na własnym doświadczeniu lub obserwacji mieli wskazać, jak można wykorzystać media społecznościowe w posłudze kapłańskiej, czy też posłudze ewangelizacyjnej. Odpowiedź na to pytanie otwarte była dobrowolna, udzieliło jej 91,2% ankietowanych, to jest 124 osoby. Odpowiedzi przedstawiają się następująco:

L.p.	Treść
1.	Można łatwiej przekazywać Ewangelię, można docierać szybciej z treściami katechetycznymi. Ogólnie łatwiejszy kontakt.
2.	Są dobrym komunikatorem z młodymi. Można wykorzystać do wspólnej modlitwy, przekazania informacji itp.
3.	Do ewangelizacji i kontaktu z ludźmi.
4.	Ukazywać treści kerygmaticzne, czy też dotyczyć bieżących spraw, którymi żyjemy, naświetlając je światłem Ewangelii.
5.	Przede wszystkim mogą służyć do komunikacji, zarówno grupowej jak i indywidualnej.
6.	Zaproszenia do udziału w wydarzeniach religijnych, korzystania z odpowiednich materiałów, ciekawych artykułów, filmów itp.
7.	Mogą posłużyć do organizowania się wiernych, przekazu informacji treści duchowych
8.	Media społecznościowe są bardzo pomocne w ewangelizacji
9.	W celu informacyjnym, integracyjnym, ewangelizacyjnym

10.	Przestrzegać przed całą masą konferencji, kazań, nauk pseudoreligijnych, stron podszywających się pod naukę Kościoła, a tak naprawdę nie mających z nią nic lub niewiele wspólnego. Widzę, że może to prowadzić niekiedy wręcz do fanatyzmu religijnego, gdy jakiś ksiądz, będąc czasem nawet poza Kościołem staje się swoistym guru dla osób słabo znających Biblię i naukę Kościoła. Niezwykle ważną rzeczą wydaje się więc wskazywanie przez duchownych na strony, na których głoszona jest czysta nauka i ewangelizacja.
11.	Publikowanie treści, ogłaszanie różnych wydarzeń
12.	Umożliwiają kontakt z osobami
13.	Przede wszystkim być obecnym jako kapłan, a nie ktoś anonimowy. Ludzie potrzebują obecności swojego księdza tam, gdzie są.
14.	Z wielką pokorą i ze świadomością, że ode mnie się to nie zaczyna.
15.	Można bardziej zachęcić młodzież do aktywnego udziału.
16.	Przede wszystkim do wzmacniania kontaktu zainicjowanego w świecie realnym.
17.	Wspólną modlitwę i pierwsze zetknięcie z Ewangelią.
18.	Korzystać jako pomoc w pracy katechetycznej, homiletycznej i w ogólnym zorientowaniu się o sytuacji Kościoła w Polsce, pogłębienia nauki Kościoła.
19.	Udostępnianie, promowanie materiałów ewangelizacyjnych, umacnianie jedności parafii przez parafialne profile, kroniki wydarzeń itp.
20.	Do przekazywania informacji min. na temat tego co tam w parafii (terminy spotkań, ogłoszenia, intencje itp.)
21.	Wg mnie można korzystać z materiałów zaobserwowanych w <i>social mediach</i> podczas spotkań bezpośrednich, tj. na katechezie bądź podczas spotkań grup duszpasterskich. Uważam, że tylko taka praca zawiera bardzo ważny element jakim jest obserwowanie reakcji odbiorcy, a także pozwala zweryfikować czy przekazywane treści faktycznie dotarły do odbiorcy i mają wpływ na jego życiowe wybory i postawy.
22.	Udostępniać mądre treści.
23.	Moim zdaniem nie jest to najlepszy sposób ewangelizacji - kontakt z żywym Słowem Bożym i spotkanie z Chrystusem Eucharystycznym to naj lesze

	rozwiązanie. Ale cóż Msza św. przez Internet, w telewizji wyprowadza ludzi z kościoła i zwalnia z uczestnictwa, a czyni tylko słuchaczami.
24.	Katecheza, porady duchowe.
25.	Media społecznościowe służą pomocą w kreowaniu pozytywnego wizerunku Kościoła. Są one jednak tylko pomocą w dotarciu do drugiego człowieka. Służą spotkaniu na żywo.
26.	Jako forma komunikacji z wiernymi.
27.	1. informacja i zaproszenie na wydarzenia religijne 2. publikacja nauczania Kościoła w kwestiach wiary i społecznych 3. ukazywanie pozytywnych wzorców jako przeciw waga kłamstwom i oszczerczym publikacjom na temat Kościoła oraz kapłanów i biskupów 4. informowanie społeczności o działalności charytatywnej Kościoła
28.	Wieloaspektowo, by docierać do różnych grup odbiorców.
29.	Można zamieszczać informacje duszpasterskie.
30.	Tworzyć grupy do oddziaływań duszpasterskich.
31.	Jeżeli umiejętnie się z nich korzysta mogą służyć pomocą w przygotowaniu homilii i kazań, w kontakcie z różnymi ludźmi, wymianie myśli, inspiracji do działań duszpasterskich, czerpaniu pomysłów do przeprowadzenia akcji w parafii oraz dekoracji do kościoła.
32.	Bycie dostępnym dla ludzi.
33.	Docierając do dużej grupy odbiorców.
34.	Można pokazać prawdziwe oblicze kapłaństwa. Pokazać, że ksiądz ma różne budujące zainteresowania.
35.	W docieraniu do dzieci i młodzieży z Dobrą Nowiną.
36.	Tworzyć grupy modlitewne, dyskusyjne.
37.	Budowanie nowej wspólnoty, zacieśnianie w niej więzi; Rozważania biblijne; Wspólna modlitwa z ludźmi.
38.	Do udostępniania wiadomości o wydarzeniach o charakterze religijnym, dzielenie się Słowem Bożym, komentarz do różnych wydarzeń.

39.	Można dotrzeć do różnych osób potrzebujących kontaktu z kapłanem, jest to też dobre narzędzie do organizowania pracy grup duszpasterskich, zwłaszcza w czasach pandemii.
40.	Używać jako narzędzia ewangelizacji. Dają zarówno szybki dostęp księdzu do wielu osób, jak też umożliwiają komunikację z księdzem.
41.	Być aktywny na tych mediach i wprowadzając własne przemyślenia.
42.	publikując treści w Internecie jest nadzieja, że dotrą one do jak największej grupy ludzi, jeśli będą ciekawe, merytoryczne w treści i atrakcyjne w sposobie odbioru.
43.	Stwarzać profile bardzo pozytywne.
44.	Poprzez te media można najszybciej przekazywać informacje.
45.	Podając aktualne wydarzenia z parafii, ogłoszenia, zdjęcia. W pracy z młodzieżą wysyłać ciekawe artykuły.
46.	Ewangelizacja, podsuwanie obserwowanym wartościowych rzeczy.
47.	Pogłębiać swoją formację osobistą, obserwować wydarzenie na świecie i w Kościele. Modlić się za Kościół, duchowieństwo i laikat.
48.	Jest szersza możliwość dotarcia do osób, przekazania wiadomości z życia parafii czy odpowiedzi na pytania, które są zadawane.
49.	Dotrzeć do tych, którzy nie przychodzą do kościoła.
50.	Prowadzenie dobrego, rzetelnego i obiektywnego fanpage czy to osobistego, czy parafialnego oraz publikowanie na nim wyważonych treści.
51.	Informowanie o wydarzeniach, zamieszczanie postów/zdjęć o charakterze ewangelizacyjnym czy relacji z danych wydarzeń formacyjnych etc.
52.	Jednak częściej ich używać nie tylko je przeglądając, ale tworząc.
53.	Media społecznościowe stały się bardzo powszechne i jest to często jedyny sposób kontaktu z wiernymi.
54.	Przez prowadzenie forów o określonej tematyce co w konsekwencji prowadzi do kierownictwa duchowego.
55.	Może to być dobry sposób na ewangelizację i dotarcie do tych osób, które zaniedbują niedzielny udział w Eucharystii.

56.	Przekazywanie informacji, powiadamianie o wydarzeniach, zapraszanie na uroczystości, promocja wartościowych inicjatyw.
57.	Dzieląc się treściami wzmacniającymi wiarę i pobudzającymi do dobrych czynów.
58.	Szybka informacja, zapoznanie z historią parafii.
59.	Wysyłać informacje.
60.	Przede wszystkim jako sposób komunikacji z grupami parafialnymi w kwestiach organizacyjnych i ewangelizacyjnych.
61.	Mogą być dobrym narzędziem ewangelizacji, jeśli są mądrze stosowane.
62.	W czasie pandemii przygotowanie do sakramentów, zgłaszanie chorych, dyskusje o wierze, informacje o działalności parafii i Kościoła.
63.	Przekazywanie treści wiary.
64.	Nie korzystając z tychże mediów, nie mogą się wypowiadać w tej kwestii.
65.	Poprzez przekazywanie informacji o bieżących wydarzeniach religijnych, udostępnianie ciekawych informacji, transmisję wydarzeń religijnych.
66.	Udostępnianie wartościowych treści oraz dając świadectwo.
67.	Udostępniać Msze, prowadzić forma no i ewangelizować.
68.	Jest przynajmniej kilka osób i inicjatyw wartych docenienia i powielania lub tworzenia nowych podobnych związanych z ewangelizacją.
69.	Prowadzenie grup.
70.	Upubliczniać działalność duszpasterską tak, aby wierni mieli dostęp do tego, co dzieje się w parafii i diecezji.
71.	Znając współczesne problemy (zwłaszcza młodych ludzi) poruszać je w sposób zrozumiały i przystępny, dostosowując odpowiedni język oraz formę przekazu, tzn., jeśli ktoś pisze posty np. na Facebooku, niech one będą systematyczne z jasnym i konkretnym przekazem (co jest dzisiaj niezmiernie ważne) oraz grafikę, żeby przyciągnąć uwagę. Ponadto filmiki dobrej jakości. I cokolwiek innego, byle nie kiczowate i słabej jakości. Żeby dzisiaj się przebić i mieć posłuch, trzeba na prawdę wiele zainwestować w sprzęt i

	najlepiej znać się na informatyce lub mieć kogoś kto pomoże trzymać obiektywnie dobry poziom twórczy.
72.	Nic nie zastąpi prawdziwego spotkania z drugim człowiekiem i Bogiem. Media społecznościowe mogą służyć do ogólnego zainteresowania jakąś sprawą, tematem i zaproszenia do prawdziwego spotkania ze Słowem Bożym we wspólnocie, nie tylko wirtualnej. Jeżeli ewangelizacja w Internecie nie prowadzi do wspólnoty w prawdziwym świecie, to nie spełnia swojego zadania.
73.	W prowadzeniu grup.
74.	Moim zdaniem przez dobrze i nowocześnie wykonaną stronę parafii można by informować wiernych o bieżących wydarzeniach religijnych oraz zachęcać do brania w nich czynnego udziału. Natomiast kapłan prowadzący na yt kanał swojej parafii mógłby ożywiać w ten sposób jej życie. Wielkie znaczenie i dobre owoce przynoszą kanały ewangelizacyjne, poruszające tematy wiary bądź pełniące komentarze do tekstów biblijnych.
75.	Udostępniać treści religijne, szczególnie o tematyce moralnej.
76.	Dzięki tym mediom młodzież ma dostęp do udostępnianych informacji o różnego rodzaju wydarzeniach religijnych np. Exodus Młodych itp.
77.	Można dotrzeć do ludzi młodych.
78.	Przez media społecznościowe można bardziej dotrzeć do młodych ludzi, bazując na ich doświadczeniu postrzegania tego świata przemycać niejako treści ewangelizacyjne.
79.	Jest to dodatkowe narzędzie, na którym są często nasi uczniowie. Można w delikatny, subtelny sposób podsylać im ciekawe treści kształtujące ich postawę.
80.	Organizując spotkania dla małych grup.
81.	Należy wykorzystywać różne środki przekazu do głoszenia Słowa Bożego.
82.	Jest to czasami jedyna droga dotarcia do młodego człowieka.
83.	Czynić to co do tej pory.
84.	Trzeba wskazywać dobre strony internetowe dotyczące religii.

85.	Inf. o wydarzeniach, zaproszenie, spotkania rekolekcyjna online w małych grupach.
86.	Odważnie wyrażać swoje zdanie na temat wiary, modlitwy, Boga.
87.	Przede wszystkim dobre rekolekcje.
88.	Udostępniać treści dobrze przygotowane, piękne, dostosowane wiekowo i prawdziwe.
89.	Wskazać dorosłym, żeby wraz z dziećmi odczytywała dobre strony też mediów.
90.	Myślę, że życie młodych ludzi przeniosło się do sieci, więc w dobie pandemii należy poprzez media społecznościowe przybliżać świat duchowości.
91.	W katechezie, w towarzystwie duchowym, coś wartościowego podsunąć bliskim.
92.	Zaproszenia do obejrzenia filmów, konferencji, homilii, koncertów. Przesyłanie informacji o różnych spotkaniach, wydarzeniach. Dzielenie się prezentacjami itp.
93.	Trudno powiedzieć, jeśli się nie korzysta. Być może można dotrzeć do większej ilości ludzi.
94.	Dla tych którzy nie zaglądają do Pisma Świętego, a przeglądają media to możliwość dotarcia ze Słowem Bożym.
95.	Facebook do głoszenia słowa Bożego, YouTube do audycji.
96.	Ukazując dobro, świadectwa ludzi pełnych wiary.
97.	Docierając do szerszej rzeszy młodych ludzi i nie tylko.
98.	Tworzyć katolickie serwisy informacyjne, serwisy bogate w świadectwa współczesnych katolików.
99.	Promować ciekawe kanały na yotube.
100	Zamieszczać informacje dotyczące np. warsztatów, spotkań w duchu ewangelizacyjnym.
101	Wszelkierne. Zarówno do ewangelizacji, jak i katechizacji. Do spotkań "na żywo" i do umieszczania treści, z których użytkownik będzie mógł korzystać w dogodnym dla siebie momencie. Jest mnóstwo możliwości i narzędzi, których tylko trzeba chcieć użyć.

102	Jako źródło dobrych informacji, komentarze do Słowa Bożego, materiały formacyjne, wspieranie inicjatyw np. obrona życia nienarodzonych.
103	Rekolekcje parafialne na "dobrym poziomie", nabożeństwa transmitowane przez Facebook. Mogą z tego korzystać całe rodziny, tworzenie ciekawych katechez, przybliżanie Pisma Świętego dostosowane dla dzieci, młodzieży i dorosłych, spotkania online, ciekawe propozycje filmowe.
104	Media społecznościowe są formą komunikacji, przekazywania informacji szczególnie dla osób młodych, dlatego należy korzystać z tej możliwości przekazu.
105	Ewangelizacja i nauka prawd wiary.
106	Ewangelizacja.
107	Do ewangelizacji.
108	W katechizacji.
109	Jako reklamę.
110	Do ewangelizacji.
111	Strona internetowa parafii.
112	Inne powtarzające się odpowiedzi: „tak”, „nic”, „w żaden sposób”, „można”, „nie wiem”, „jest to zbędne”

Tabela 1. Jak można wykorzystać social media w ewangelizacji. Pytanie otwarte

Podsumowując zebrane wypowiedzi należy podkreślić, że ankietowani często wskazują na możliwość łatwiejszego kontaktu z osobami objętymi troską duszpasterską, możliwość docierania do osób, którym trzeba na nowo głosić Ewangelię. Wielokrotnie pojawia się kwestia funkcjonowania parafii w mediach społecznościowych i przekazywania informacji związanych z jej życiem. Ważnym aspektem poruszonym przez badanych jest kwestia katechizacji. Respondenci wskazują jednocześnie na potrzebę kontaktu osobistego, realnego.

3.2.2.2. Zagrożenia w ujęciu respondentów

Badani zostali poproszeni o wskazanie jakie widzą zagrożenia związane z korzystaniem z mediów społecznościowych dla życia duchowego i pełnionej posługi. Pytanie to było pytaniem obowiązkowym, ale też otwartym, dlatego część ankietowanych (11,2%) odpowiedziała krótko „nie”. Trzy odpowiedzi (2%) zawierały tylko stwierdzenie „tak”, zaś 11 (7,2%) „nie wiem”. Zebrane odpowiedzi prezentuje poniższa tabela.

L.p.	Treść
1.	Za dużo czasu spędzanego przed komputerem.
2.	Musi obowiązywać zasada że ja jestem księdzem i komunikuje się jako ksiądz.
3.	Tak. Zbyt ufnie przekaz medialny oraz tzw. "fame".
4.	Za dużo czasu niektórzy poświęcają na media często nie związane z pracą duszpasterską.
5.	Zbyt częste korzystanie z mediów.
6.	Oczywiście. Tracenie czasu i zajmowanie się nieodpowiednimi treściami, czy nawet znajomościami.
7.	Umieszczanie treści, które mogą być gorszące lub wskazywać na niedojrzałość prezbitera.
8.	Tak, zbyt duży udział w korzystaniu z nich. (Nałóg).
9.	Jeśli duszpasterstwo ogranicza się tylko do wymiaru wirtualnego i jest bezkrytycznym wypowiedaniem się w kwestiach moralności i nauki Kościoła bez uwzględnienia nauczania Magisterium. Krytyka wypowiedzi biskupów, papieża na forach, lansowanie swojej osoby jako duszpasterza w oderwaniu od struktur Kościoła.
10.	Zagrożeniem może być chęć bycia gwiazdorem.
11.	Zbyt ufnie poufałość z odbiorcami.
12.	Tak, brak modlitwy, różne dziwne zainteresowania, brak właściwej duchowości.
13.	Skupianie się na sobie.
14.	Mogą zabierać zbyt dużo czasu.

15.	Myślę, że może wystąpić przekonanie u niektórych, zwłaszcza młodych księży, że do młodzieży można dotrzeć tylko przez media społecznościowe. Tymczasem słowo musi być słowem "żywym", doświadczanym w życiu realnym, nie wirtualnym. Innym zagrożeniem może być zbyt mocne zaangażowanie się w komentarze polityczne, czy wręcz plotkarskie. Może to niestety prowadzić też do alienacji i ucieczki księdza od problemów realnych w świat wirtualny.
16.	Należy być roztropnym i rozsądnym w korzystaniu z tych mediów.
17.	Narcyzm w Internecie.
18.	Uzależnienie
19.	Zagrożeniem, jest ukrywanie tego, że jest się księdzem.
20.	Brak czasu na modlitwę, bo media ogromnie wciągają.
21.	Czasami niepotrzebnie wychodzą spory między księżmi.
22.	Tak, czasami może pojawić się uzależnienie od „ilości polubień”, co często prowadzi do obniżania jakości przekazu. Tzn. mniej treści religijnych, a więcej promocji własnej osoby.
23.	Naruszenie prywatności, strata czasu, niepotrzebny „autolans” kapłana.
24.	Prywatne opinie księży na tematy polityczne, często społeczne mogą powodować zamęt wśród czytających. Tym bardziej opiniowanie (szczególne niepozytywne) decyzji papieskich np. ostatnio nt. posługi lektoratu i akolitu dla kobiet, może wywoływać wrażenie rozłamu lub nieposłuszeństwa.
25.	Tak. Uzależnienie od wirtualnego świata. "Przywiązanie" do telefonu (szczyt ksiądz odbiera w konfesjonale telefon i mówi: nie mogę rozmawiać spowiadam- widziane i słyszane naocznie), strach przed ciszą, nieumiejętność czytania dłuższych tekstów nie mówiąc książek, huśtawka emocjonalna.
26.	Za zagrożenie uważam pewne "odrealnienie" i "sztuczność", tj. takie dopasowywanie formy przekazu do zakładanych oczekiwań odbiorcy, które to założenia mogą być błędne, nierealne. Uważam, że wynika to z braku relacji bezpośredniej.
27.	Trzeba Głosić Chrystusa tylko.
28.	Chęć zyskania taniej popularności poprzez popisywanie się.

29.	Można się tak zaangażować w media, że przez to zaniedbywać normalną pracę w realu.
30.	1. Bardzo negatywnie oceniam dyskusje toczące się na forach między kapłanami na tematy społeczne i wiary. Powoduje to mętlik wśród wiernych a jest wykorzystywane przez ludzi nieprzychylnych Kościołowi 2. Podobnie oceniam publiczne wypowiedzi kapłanów występujących przeciwko współpracom czy biskupom. Tego typu sprawy należy załatwiać w cztery oczy. Unikamy wówczas ogólnego zgorszenia.
31.	Tak. Niepotrzebnie komentarze zakrapiane przemądrzałym tonem w dyskusji.
32.	Jeśli stanie się to główną treścią przeżywania kapłaństwa ("narkotyk").
33.	Widzę oderwanie prezbiterów od rzeczywistości, brak kontaktu z konkretną osobą.
34.	Media te stanowią płaszczyznę do wirtualnych relacji, które są łatwiejsze, ciekawsze, ale płytkie i nierzetelne.
35.	Jeśli nie ma kontroli to strata czasu - złodziej czasu, brak osobistego rozwoju intelektu - gotowe kazania, zagrożenie pornografią, zbytne zaangażowanie się w życie towarzyskie kosztem posługi w konfesjonale, przygotowania do kazań, katechezy, prowadzenia grup itp.
36.	Uzależnienie od mediów.
37.	Angażowanie się księży w sprawy, na których się nie znają.
38.	Uzależnienia w tym względzie, kosztem życia duchowego.
39.	Czas spędzany w mediach.
40.	Świat wirtualny nie zastąpi świata realnego.
41.	Bycie butnym w komentarzach; Budowanie tylko swojej chwały.
42.	<i>Social media</i> nie zastąpią życia w realnym świecie, trzeba pamiętać o zasadzie 3 razy k - katecheza, konfesjonał, kazanie.
43.	Tak - uzależnienia, pokusy.
44.	Trzeba zawsze z rozwagą korzystać.
45.	1. Niedojrzałość kapłanów, wynikająca z niespełnionych głodów miłości. Bardzo często treści i zdjęcia wrzucane przez księży są zebraniem o uwagę,

po to, aby zrekompensować w sobie głód miłości, niespełniony przez modlitwę i bycie z Jezusem. Jest to karmienie swojej pychy i niedojrzałości, które czasem jest neutralne (nie wzbudzi niczyjej wiary, ale też nie zgorszy), a czasem niestety wprost antyewangelizacyjne. Wielu księży skupia uwagę na sobie ("gwiazdorzy"), a nie na Jezusie. Szukają przez to taniej sławy, która karmi wewnętrzną pustkę serca.

2. Szczególnie trzeba zwrócić uwagę na pewne wyczucie, co wypada osobie duchownej publikować, a co nie. Ten, kto rozumie czym jest ewangelizacja i etapy życia duchowego (preewangelizacja - ewangelizacja - katechizacja - mistagogia), będzie wiedział, że warto czasem pokazać księdza jako normalnego człowieka, z pasją, hobby (preewangelizacja). Może się jednak okazać, że więcej postów jest o księżowskich hobby, niż o Bogu. Więcej jest o moralizowaniu niż o Jezusie. Jeśli ktoś nie ma co dać innym, jak tylko swój wygląd, pasję, hobby - efekt tego jest żaloszny, zwłaszcza gdy ksiądz wypowiada się o tematach, na których się nie zna (np. szczepionki, epidemia itp.)

3. Publikowanie treści moralizatorskich, bez ewangelizacyjnych fundamentów. Jeśli ksiądz nie ma sam doświadczenia żywego Boga, będzie jedynie wymagał czegoś od innych i będzie wypominał czyjeś błędy. Niczemu to nie służy, bo ludzi oddalonych od Kościoła nie przekona, a tych, co mają triumfalistyczną wizję Kościoła utwierdzi w tym, że oni są dobrzy, a świat jest zły. Bardzo często jest to podsycanie podziałów między ludźmi, zamiast budować mosty i głosić Ewangelię z miłością, a nie z pogardą dla innych.

4. Słaba wiedza teologiczna, wiara, rozumienie Kościoła i obecnych czasów przez księży. Ujawniła to epidemia, że nawet kapłani mają problem z rozumieniem czym jest Eucharystia, jak oddzielać porządek łaski od natury, itp. Wielu promuje fałszywe objawienia, księży nieposłusznych Kościołowi, strach, lęk, zamiast głosić Ewangelię. Ludzie lubią proste i łatwe rozwiązania (dobro/zło), (nagroda/kara), psychologia zła - Jezus uzdrawia, nie zaraża, Komunia na rękę dobra, do ust zła. Dlatego tacy autorzy są popularni. Rzeczywistość teologiczna jest jednak bardziej skomplikowana. Trudno potem prostować po nich, bo treści na pierwszy rzut oka są dobre (walka o tradycję itp.). Jest to jednak często wypaczona wizja Kościoła, podsycana tęsknotą za dawnymi

	<p>czasami świętości Kościoła, zamiast ewangelizować i kształtować sumienia.</p> <p>5. Ponieważ każdy ma dziś dostęp do Internetu, wielu świeckich odczuwa zamęt. Szukają odpowiedzi na dane tematy i znajdują u różnych księży, różne odpowiedzi. Wystarczy wpisać sobie np. Czy katolik może mieć tatuaże. Wyszukiwarka zwróci rezultaty, w których znani internetowi księża powiedzą, że: - absolutnie nie wolno (np. ks. Glas, Chmielewski) - oczywiście, że tak (ks. Kramer. o. Szustak) - to zależy, trzeba rozeznawać (np. ks. Węgrzyniak)</p>
46.	Dotyczące natury obyczajowości i osłabienia osobistej wiary.
47.	Nadużywane lub używane nieroztropnie mogą oderwać użytkownika od rzeczywistości.
48.	Tak, uzależnienie.
49.	Tak, zbyt dużo czasu mogą pochłaniać.
50.	Tak, wrzucanie postów, zdjęć niekoniecznie wypadających księdzu.
51.	Tak. Zbytnią koncentracja na świecie wirtualnym, zostanie "internetowym celebrytą", zbyt duża aktywność w Internecie może okazać się zniechęcająca.
52.	Zbyt długie korzystanie z mediów niszczy relacje między kapłanami, prowokuje do zamknięcia się w wirtualnej rzeczywistości.
53.	Nic nie zastąpi jednak / chociaż jest wiele pozytywów / kontaktu osobistego. Jest też niebezpieczeństwo uzależnienia od siedzenia tylko przed komputerem i śledzenia wydarzeń.
54.	Problem odejścia szczególnie przez młodych z świata realnego do świata wirtualnego.
55.	Uzależnienie od mediów, tworzenie paralelnego wirtualnego świata.
56.	Prywata, osobiste poglądy - niezgodne z nauczaniem Kościoła, "bycie gwiazdą", uzależnienie innych od siebie i własnego osądu/opinii.
57.	Zagrożenia są takie jak dla wszystkich ludzi.
58.	Jedynie takie, by nie stały się celem samym w sobie - niech będą pomocą, ale nie zabierają za dużo czasu.
59.	Media mogą zabierać czas i energię przeznaczoną na kontakt z Panem Bogiem. Istnieje niebezpieczeństwo utraty pierwszeństwa życia duchowego.

60.	Tak zbyt małe poczucie własnej wartości w przypadku ataku hejtu.
61.	Nieroztropne korzystanie z ich treści.
62.	Uważam, że jeśli nie ma kontroli nad korzystaniem z mediów to mogą wciągnąć, odebrać czas na modlitwę, mogą stać się swoistym nałogiem, bez którego później nie można żyć.
63.	Niebezpieczeństwo uzależnienia i marnowania czasu na rzeczy mało wartościowe.
64.	Marnotrawienie czasu.
65.	Tak. Złośliwe komentarze i nieprawdziwe informacje.
66.	Księża często narażają się na śmieszność, publikując lub udostępniając treści uchodzące za cringe.
67.	Spędzony czas.
68.	Zagrożenia: media społecznościowe są pożeraczami czasu.
69.	Księża celebryci.
70.	Obok wielu możliwych zalet i pożytków, korzystanie z tych narzędzi może też nieść zagrożenia, np. zbyt ekszibicjonizm, uzależnienie od nieustannego śledzenia lub wysyłania informacji, "celebryctwo duszpasterskie", zaniedbanie podstawowych obowiązków kapłańskich, poprzez zbyt długie przebywanie w sieci.
71.	Zmarnowany czas i ogłupianie.
72.	To wciąga i to tak bardzo, że może zabraknąć czasu i chęci do działania w realu.
73.	Za dużo czasu na wirtualną działalność, kosztem osobistej.
74.	Wielokrotnie słyszałem, że kapłani zamiast ewangelizować przez media, sami ulegają pokusie "bycia gwiazdą", zaskakiwania innych, czy nawet prowokowania innych użytkowników do złośliwych a nawet wrogich postaw wobec Kościoła lub konkretnych osób.
75.	Publikacja osobistych wydarzeń z życia, nie zawsze godna postawa w pokazywaniu siebie.
76.	Za częste, niektórzy stają się niewolnikami mediów.

77.	Można się uzależnić. Brak weryfikacji i krytycznego spojrzenia na niektóre treści niesie ryzyko wypaczonego spojrzenia na daną sprawę.
78.	Zbytne zaangażowanie tylko w media społecznościowe.
79.	Zaniedbanie życia codziennego, uzależnienie od tego a także demoralizacja.
80.	Niewątpliwie szkoda zagłębiać się w sprawy polityczne, a co do sfery prywatnej to niektórym kapłanom polecałbym nieco większą wstrzeźliwość.
81.	Zagrożenia stania się "gwiazdą" a nie kapłanem.
82.	Ataki personalistyczne tylko dlatego, że jestem osobą duchowną. Nieodpowiednia interpretacja słów i upublicznienie prywatnych wiadomości.
83.	Internet może być zniewoleniem. Jeśli jest tak, że muszę sięgać po różnego rodzaju media społecznościowe to jest wielki problem. Trzeba korzystać, lecz z umiarem, aby nie popaść w zbytni aktywizm.
84.	Życie wirtualne, jeżeli jest niedojrzałe, prowadzi do trudności w nawiązywaniu kontaktów w życiu realny i jako alumn można tego doświadczyć bardzo dobrze chociażby porównując życie alumnów z seminariów, które posiadają stały dostęp do smartphona i Internetu. Odnosi się to pewnie tak samo do osób świeckich poza seminarium i duchownych.
85.	Niedobre byłoby przesadne zaangażowanie. Kapłan prowadzący działalność w mediach społecznościowych powinien wystrzegać się głoszenia nauk niezgodnych z KKK, bądź nieodpowiedniego budzącego kontrowersję zachowania np: wulgarny język.
86.	Nieodpowiednie treści.
87.	Tak. Zagrożeniem mogą być informacje nierzetelne, nieprawdziwe, czasami wyrwane z kontekstu czyjejs wypowiedzi np. Papieża, a młodzież nie weryfikuje ich i nie sprawdza w innych źródłach, czy są one prawdziwe.
88.	Korzystanie ze stron, które mają na celu ośmieszanie i wyeliminowanie Kościoła z życia człowieka.
89.	Tak, można się zapomnieć.
90.	Uzależnienie od mediów społecznościowych, opieranie się tylko na nich ograniczając kontakty „na żywo”.

91.	Oczywiście, że tak. W ten sposób uczniowie mają dostęp do różnych treści i różnych grup osób. A umysł młodego człowieka jest bardzo chłonny. Choć nie zawsze potrafi odróżnić wartościowe treści od tych szkodliwych.
92.	Niewłaściwe treści.
93.	Mogą stać się ważniejsze niż sam Bóg, czyli zastąpią Boga albo raczej już zastępują.
94.	Bezmyślne, bezrefleksyjne korzystanie z mediów.
95.	Tak. W mediach społecznościowych dużo jest treści wulgarnych, erotycznych.
96.	Tak. Jest dużo treści gorszących. Wiedza religijna miesza się z profanum.
97.	Uzależnienie od mediów, ograniczenie kontaktów międzyludzkich.
98.	Należy uczyć ograniczonego zaufania do informacji podawanych na stronach niekatolickich.
99.	Niekiedy treści przekazywane jako katolickie w rzeczywistości takimi nie są i mają na celu podniesienie emocji i dyskusji.
100	Są zagrożenia, jeśli się wierzy we wszystko jak leci.
101	Podatność młodych osób na manipulację i brak krytycznego podejścia do czytanych treści może spowodować osłabienie kręgosłupa moralnego, wykształcenie niewłaściwej hierarchii wartości, a co za tym idzie spadek religijności, sensu życia, wiary w Boga.
102	Sprawy wiary poważnie traktują ludzie starsi młodzież nie ma na wiarę jeszcze czas ze smutkiem myślą, że będą żyć wiecznie a niebezpieczeństwo tkwi w tym iż, Kościół traci autorytet i nikt nie stoi w jego obronie tej ziemskiej oczywiście.
103	Tak, jeżeli są niesprawdzone.
104	Brak czytelnej, autorytatywnej oceny ze strony Kościoła (zwłaszcza kiedy opinia księży jest sprzeczna).
105	Tak. Niebezpieczne strony, brak kontroli nad młodymi, nieumiejętność korzystania z mediów.
106	Zagrożenia to: brak osobistej relacji z Bogiem, omijanie sakramentu pokuty.
107	Nieuzasadnione ataki na Kościół, jeżeli osoba duchowna wypowiada się negatywnie na temat drugiej osoby duchownej, jak np. ks. Boniecki i inni.

108	Oczywiście...wszystko z umiarem...czuwać nad czasem.
109	Tak, ponieważ nie wszystkie informacje religijne, przekazy znanych postaci itp. są zgodne z nauczaniem Kościoła i mogą wkraść się błędy i wprowadzić ludzi głównie młodych, albo tych o nieugruntowanej wiedzy religijnej w zamęt.
110	Zanik więzi międzyludzkich, nadmierne skupienie na wirtualnym świecie, brak głębszej refleksji.
111	Uzależnienie i życie tylko w świecie.
112	Brak własnych refleksji na temat swojego życia religijnego i nie tylko.
113	Tak, jeśli ktoś przegląda nieodpowiednie profile, posty.
114	Brak osobistego spotkanie np. z kapłanem, sakramentami, wygodnictwo anonimowość, utrata wiary.
115	Fałszywe wiadomości, obraźliwe teksty.
116	Tak, internetowe relacje i treści mogą mieć negatywne skutki nie tylko w wirtualnej rzeczywistości, ale i realnym życiu. Cyberprzemoc, Cyberbullying itd. o negatywnych skutkach korzystania z <i>social mediów</i> można długo pisać.
117	Tak. Manipulacja informacjami dotyczącymi nauczania Kościoła.
118	1. Uzależnienie. 2. Strata czasu. 3. Odwrócenie uwagi od realnego życia, modlitwy na rzecz np. transmisji. 4. Kontakt z treściami sprzecznymi z zasadami wiary.
119	Jestem za budowaniem relacji na żywo. media zaburzają te relacje, kradną nam czas. Czas pandemii wpłynął na zwiększoną aktywność medialną również modlitewną. Obecnie rodziny moich uczniów wróciły do sklepów i życia kulturalnego, natomiast Msza święta jest tylko online, albo nie ma na nią czasu. Wielość informacji i brak krytycyzmu w stosunku do publikowanych treści przez bezmyślne aprobowanie ich może być zgorszeniem dla innych. Niektóre skądinąd pozytywne treści, które przybierają formę łańcuszków mogą niepotrzebnie doprowadzić do "magicznego" traktowania modlitwy przez co wypaczają jej sens.

120	Wszystkie sposoby korzystania z mediów /o tematyce religijnej/ mają prowadzić do Boga obecnego w Żywym Słowie i Eucharystii.
121	Spędzanie dużej ilości czasu na forach internetowych.

Tabela 2. Zagrożenia płynące z social mediów. Pytanie otwarte

Pośród odpowiedzi udzielonych przez ankietowanych często pojawiają się takie, które mówią o nadużywaniu mediów społecznościowych prowadzącym do uzależnienia. Podejmowana jest także często kwestia promowania tylko swojej osoby czy też niestosownego zachowania przez ewangelizatorów.

3.2.2.3. Propozycje respondentów – rzeczy nie ujęte w kwestionariuszu

W ostatnim pytaniu respondenci zostali zapytani o to, czy uważają, że są jakieś jeszcze rzeczy ważne, które nie zostały ujęte w ankiecie. Zdecydowana większość ankietowanych (84,9%) odpowiedziała, że nie ma takich kwestii. Dwadzieścia trzy osoby udzieliły następujących odpowiedzi.

L.p.	Treść
1.	Jest wiele aspektów dotyczących Internetu i mediów społecznościowych.
2.	Zależność między korzystaniem z mediów a modlitwą osobistą.
3.	Osobisty stosunek do prowadzonej działalności a rozwój duchowy kapłana.
4.	Więcej propozycji dotyczących wychowania dla rodziców.
5.	W mediach społecznościowych mały zasób postaw i doświadczeń osób będących osobami wierzącymi.
6.	Trzeba uczyć krytycznego czytania informacji.
7.	Jeżeli ankieta miała dotrzeć tylko do osób używających technologii komputerowej, to w zasadzie chyba wszystko zostało ujęte. jest jednak wiele osób bez komputera i smartfonu tzw. "starej daty", które również mogłyby wyrazić swoją opinię nt. wykorzystania współczesnych środków do ewangelizacji.

8.	Mam wrażenie że za dużo czasu poświęcamy internetowi a za mało naprawdę Bogu gdyż wielu tworząc nawet portale ewangelizacyjne ogóle z ewangelizacją nie mają do czynienia wręcz jej przeczą.
9.	Zły wpływ mediów na dzieci i młodzież.
10.	Dzisiaj miejscem ewangelizacji jest Internet, nie mam co do tego wątpliwości. Tam toczy się walka o moralność a nawet dusze chrześcijan. Ważne by to co się dzieje w Internecie umieć przenieść na życie rzeczywiste. Bo ważne decyzje i zmiany dokonują się w realiach. Internet może pomóc - jest środkiem ewangelizacji a nie celem.
11.	Jak oddziałują wypowiedzi osoby duchownych na opinie publiczną.
12.	Przyszłość Kościoła w oparciu o media społecznościowe.
13.	Być może gdybym korzystał z mediów społecznościowych, sugerowałbym jakieś kwestie. Warto, jednak snuć refleksję w tym temacie, choćby ze względu na niebezpieczeństwo większego zaangażowania w życie online niż w realu.
14.	Jeśli duszpasterstwo przeniesie się do sieci to nie ma potrzeby utrzymywać kościołów, kaplic. Po drugie większość ludzi będąca w Kościele to są osoby starsze i nie radzą sobie z technologiami. Chyba postęp dla Kościoła nie jest dobry - nie wiem, tak mi się wydaje obserwując diecezję emerytów i rencistów!
15.	Uważam, że ważnym byłoby bezpośrednie pytanie, czy dany kapłan posługujący się <i>social mediami</i> dostrzega ich skuteczność, a jeśli tak to na czym ona polega.
16.	Nowoczesność w wielu przypadkach często psuje człowieka i pozwala się usprawiedliwić z nieróbstwa, bo ja pracuję a na wszystko nie, mam czasu łącznie na rozmyślanie brewiarz i różaniec.
17.	Pokora, pokora i jeszcze raz pokora.
18.	Kwestia zagrożeń związanych z nadmiernym korzystaniem z mediów społecznościowych.
19.	Media zastępują prawdziwe relacje a nie powinno tak być.

20.	Odbiorcy treści niechętni zagłębiają się w prezentowaną treść pisaną. Polubienia otrzymują treści graficzne zdjęcie, film itp. Np. link do audycji radiowej o zamordowanym księdzu w Charkowie 4 polubienia, pejzaż zimowy (foto) 60 polubień.
21.	Mogłyby pojawić się pytania o ocenę profili społecznościowych naszej diecezji.
22.	Rozstrzyganie na forach trudnych spraw wewnątrz kościelnych czy informowanie o nich publicznie (np. problem kard. Dziwisza, niektóre wypowiedzi ks. Isakowicza, kwestia pustelni w Czatachowej czyli tzw. o. Daniel, czy inne nie służą dobru wiernych); Publiczna krytyka na forach decyzji biskupa/ów; Nie przemyślane (często nie prawdziwe) publikacje niektórych księży np.; o objawieniach, paruzji itp...
23.	Osobisty stosunek do prowadzonej działalności a rozwój duchowy kapłana.

Tabela 3. Ważne kwestie - nieujęte w ankiecie. Pytanie otwarte

3.2.3. Wywiad z Biskupem Zamojsko-Lubaczowskim

Jak można przeczytać w *Dekrecie o pasterskich zadaniach biskupów w Kościele*: „Diecezja jest częścią Ludu Bożego powierzona pasterskiej pieczy biskupa współpracującego z prezbiterium, aby trwając przy swoim pasterzu, zgromadzona przez niego w Duchu Świętym przez Ewangelię i Eucharystię, stanowiła Kościół partykularny, w którym prawdziwie jest obecny i działa jeden, święty, katolicki i apostołski Kościół Chrystusa”⁶³⁵. Sobór wskazuje na zadania biskupa diecezjalnego mówiąc: „Poszczególni biskupi [...] otaczają opieką pasterską swoje owce, jako właściwi, zwyczajni i bezpośredni ich pasterze, wypełniając względem nich posługę nauczania, uświęcania i kierowania”⁶³⁶. Myśl tę podejmuje I Synod Diecezji Zamojsko-Lubaczowskiej, w którym można przeczytać o biskupie diecezjalnym: „jest dla niej (diecezji)

⁶³⁵ DB, 11.

⁶³⁶ DB.

pełnomocnym zastępcą Chrystusa, następcą Apostołów, nauczycielem Bożej prawdy, szafarzem sakramentów świętych, ustawodawcą i pasterzem”⁶³⁷. Współpracownikami biskupa są wszyscy prezbiterzy, tak diecezjalni jak i zakonni. To oni jak naucza Sobór wraz z biskupem uczestniczą w jednym Chrystusowym kapłaństwie i spełniają je razem z nim⁶³⁸.

Pośród różnych obowiązków biskupa diecezjalnego warto zwrócić uwagę na obowiązek czuwania nad dziełem katechizacji. Katechizacja ma zmierzać do tego „aby wiara w ludziach, rozjaśniona przez naukę, stawała się żywa, wyrazista i czynna”⁶³⁹. Wezwanie to przypomina Jan Paweł II w adhortacji *Catechesi tradendae* „To Wam, Najdrożsi Bracia, zostało w tej dziedzinie powierzone specjalne posłannictwo w Waszych Kościołach, gdzie na Was w pierwszym rzędzie spada obowiązek nauczania i gdzie Wy jesteście pierwszymi katechetami. [...] Waszym najważniejszym zadaniem jest wzbudzać i podtrzymywać w diecezjach szczerzy zapal katechetyczny: chodzi oczywiście o zapal wszczepiony w odpowiednie i skuteczne struktury, obejmujące i wspomagające ludzi, pomoce i urzędnia a także konieczne fundusze. Bądźcie przekonani, że jeżeli katechizacja będzie w diecezjach dobrze postawiona, wszystko inne łatwiej pójdzie”⁶⁴⁰. Pierwszorzędna odpowiedzialność za katechezę w diecezji spoczywa więc na biskupie diecezjalnym, ale posługę katechetyczną spełniają, jak można przeczytać w dokumentach I Synodu „upoważnieni przez niego (biskupa) misją kanoniczną duchowni i świeccy”⁶⁴¹.

Mając na względzie to, co zostało powiedziane o biskupie diecezjalnym istotnym elementem, jednym ze źródeł w prowadzonych badaniach był wywiad przeprowadzony z biskupem diecezji zamojsko-lubaczowskiej Marianem Rojkiem. Wywiad został

⁶³⁷ „Pierwszy Synod Diecezji Zamojsko-Lubaczowskiej 1996-2001. Część I. Statuty synodalne”, sekc. 2.

⁶³⁸ DB, 28.

⁶³⁹ DB, 14.

⁶⁴⁰ CT, 63.

⁶⁴¹ „I Synod Diecezji Zamojsko-Lubaczowskiej 1996-2001. Część I. Statuty synodalne” (Zamość, 2001), sekc. 125, DOK, 219.

opublikowany na łamach Zamojskiego Informatora Diecezjalnego⁶⁴². W pytaniach skierowanych do biskupa poruszone zostały zagadnienia ewangelizacji i nowej ewangelizacji. Szczególną uwagę zwrócono na *social media* jako narzędzie ewangelizacyjne. Ksiądz biskup odpowiadając na zadane pytania podkreśla, że jako pasterz diecezji otwarty jest na taką formę działania duszpasterskiego kapłanów i zaangażowanie w dzieło ewangelizacji poprzez *social media*⁶⁴³.

Ksiądz biskup w udzielonym wywiadzie wskazuje na istotne kwestie, które stają się swego rodzaju projektem działania. W tym miejscu warto przytoczyć dłuższy passus z wypowiedzi biskupa. „Księża poświęcający swe siły i talenty dziełu głoszenia Dobrej Nowiny poprzez *social media* niech pamiętają o celu, jaki powinien motywować nową ewangelizację. A mianowicie chodzi tutaj o rozbudowywanie świadomości potrzeby, a nawet konieczności wobec współczesnego świata, umiejętności uzasadniania swojej wiary wobec drugich, obojętnie czy wrogo nastawionych do Boga i do Kościoła, czy też uśpionych w swej wierze i w obowiązku świadectwa wiary. [...] Należy często się zastanawiać w gronie kapłanów, wraz z wiernymi świeckimi nad tym, jak współcześnie poprzez *social media* realizować dzieło ewangelizacyjne, na co kłaść podstawowy nacisk. [...] nie wystarczą jedynie słowa przekazywane medialnie, także ze strony ewangelizatorów, ale potrzebne jest ich pociągające świadectwo życia i czyny wynikające z ich słowa. Odbiorcy *social mediów* chcą, potrzebują i mają prawo do tego, by zobaczyć w realu konkrety tego, o czym duchowni przepowiadają w swoim zaangażowaniu w nową ewangelizację”⁶⁴⁴. Z powyższych słów biskupa wypływa troska o ewangelizację. Chodzi jednak nie tylko o mówienie o Dobrej Nowinie, czy nawet nie tylko jej głoszenie słowem, co bardziej dawanie świadectwa.

W dalszej części biskup Rojek ujmuje w punktach to, o czym księża zawsze powinni pamiętać w zagadnieniu ewangelizacji poprzez *social media*. Na pierwszym

⁶⁴² „Wywiad z biskupem Zamojsko-Lubaczowskim Marianem Rojkiem. Ewangelizacja a *social media* [Biskup Marian Rojek w rozmowie z księdzem Wojciechem Suchowierzem]”.

⁶⁴³ „Wywiad z biskupem zamojsko-lubaczowskim Marianem Rojkiem. Ewangelizacja a *social media* [Biskup Marian Rojek w rozmowie z księdzem Wojciechem Suchowierzem]”, 117.

⁶⁴⁴ „Wywiad z biskupem zamojsko-lubaczowskim Marianem Rojkiem. Ewangelizacja a *social media* [Biskup Marian Rojek w rozmowie z księdzem Wojciechem Suchowierzem]”, 118.

miejscu pojawia się kwestia tematu przepowiadania, którym zawsze powinien być Chrystus. Dalej biskup podkreśla potrzebę angażowania wszystkich wiernych, także świeckich w dzieło ewangelizacyjne. *Social media* jak zauważa biskup docierają wszędzie i są dostępne praktycznie dla każdego, mogą więc stanowić pomoc zwłaszcza w środowiskach, gdzie kapłan z różnych względów jest mniej zaangażowany duszpastersko. W tym miejscu pasterz diecezji zwraca uwagę na konieczność formowania osób świeckich przez indywidualne kierownictwo duchowe, sakrament pokuty, katechezę czy homilię. Biskup podkreśla także konieczność posługiwania się językiem prostym i przystępnym, zrozumiałym, biblijnym. Całe zaangażowanie w dzieło ewangelizacji powinno wynikać, jak wypukła biskup z osobistej motywacji, pragnienia zbawienia drugiego człowieka. Przy wielkim zaangażowaniu w ewangelizację przy użyciu nowych technik i możliwości biskup akcentuje wagę starych, sprawdzonych metod ewangelizacyjnych, z których nie można rezygnować. Na podkreślenie zasługuje fakt, świadomości biskupa, że konieczna jest choć minimalna umiejętność posługiwania się nowymi technologiami, która jest niezbędna by móc zaistnieć w świecie wirtualnym⁶⁴⁵.

Ksiądz biskup zapytany czy jest użytkownikiem *social mediów* i w jakim zakresie przyznaje, że „raczej z nich nie korzysta”⁶⁴⁶. Okazyjnie wypowiedzi biskupa o tematyce religijnej, liturgicznej czy historycznej są publikowane jako głos pasterza⁶⁴⁷ w diecezjalnych *social mediach*⁶⁴⁸. Porównując do innych biskupów zauważyć należy, że w Polsce można znaleźć kilka profili biskupów w *social mediach*. Jako przykład warto

⁶⁴⁵ „Wywiad z biskupem zamojsko-lubaczowskim Marianem Rojkiem. Ewangelizacja a social media [Biskup Marian Rojek w rozmowie z księdzem Wojciechem Suchowierzem]”, 119–20.

⁶⁴⁶ „Wywiad z biskupem zamojsko-lubaczowskim Marianem Rojkiem. Ewangelizacja a social media [Biskup Marian Rojek w rozmowie z księdzem Wojciechem Suchowierzem]”, 120.

⁶⁴⁷ Przykładem mogą być tu życzenia świąteczne kierowane przez biskupa poprzez YouTube Diecezja Zamojsko-Lubaczowska, *Życzenia na Boże Narodzenie 2021 - Biskup Marian Rojek*, 2021, <https://youtu.be/CB3o6b4ylOg>.

⁶⁴⁸ „Wywiad z biskupem zamojsko-lubaczowskim Marianem Rojkiem. Ewangelizacja a social media [Biskup Marian Rojek w rozmowie z księdzem Wojciechem Suchowierzem]”, 121.

przywołać chociażby konto bpa. Adama Baba⁶⁴⁹, bpa. Marka Solarczyka⁶⁵⁰ czy w serwisie Twitter konto bpa Marka Medyka⁶⁵¹.

3.3. Analiza materiału medialnego

Arcybiskup Wacław Depo – przewodniczący Rady ds. Środków Społecznego Przekazu KEP w swoim *Słowie na Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu* wskazuje na konieczność prowadzenia refleksji nad mediami katolickimi. Ksiądz arcybiskup pisze: „Czy zdajemy sobie sprawę z faktu, że treści przedstawiane na łamach katolickich gazet, przed mikrofonami radiowymi i kamerami telewizyjnymi nie mogą być sprowadzane jedynie do informowania? Tu chodzi o formowanie sumień, a nawet o głoszenie Słowa Bożego. Biorąc do ręki katolickie pismo czy słuchając audycji albo oglądając religijny program – poszerzamy przestrzeń, w której przemawia do nas mądrość Boża objawiona w Jezusie Chrystusie”⁶⁵². Sięgając do słów arcybiskupa stwierdzić należy, że konieczna jest obserwacja materiału medialnego związanego z osobami i instytucjami diecezji zamojsko-lubaczowskiej. W poniższej części pracy autor zechce przyjrzeć się i zaobserwować, czy *social media* rzeczywiście funkcjonują jako narzędzie ewangelizacyjne w obszarze omawianej diecezji.

Miejscem dialogu i ewangelizacji są różnego rodzaju media działające na terenie diecezjalne działające na terenie zamojsko-lubaczowskim. Biskup diecezjalny Marian Rojek wspomina o mediach tradycyjnych, ale i stronach internetowych parafialnych, czy też ewangelizacyjnych różnych grup modlitewnych i troszczących się o duchową

⁶⁴⁹ <https://www.facebook.com/biskup.bab>

⁶⁵⁰ <https://www.facebook.com/bpmsolarczyk>

⁶⁵¹ <https://twitter.com/BpmmMarek>

⁶⁵² Depo, „Słowo Przewodniczącego Rady ds. Środków Społecznego Przekazu KEP na 49. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu w Polsce. Wyzwania moralne i zobowiązania wiary”.

formację wiernych⁶⁵³. Biskup Rojek zauważa, że środki społecznego przekazu, także te nowoczesne pomagają wprost, bez ograniczeń w czasie, uczestniczyć w życiu tego świata, dostrzegać, to co dotychczas widzieli nieliczni, wzrastać w wiedzy. Przekazywane treści – zaznacza ksiądz biskup – wchodzą w codzienność, pomagają się modlić, kształtują wiarę, poszerzają katechizmową wiedzę i zachęcają do konkretnych czynów miłości oraz z troską o bliźnich, budują jedność, umacniają w chwilach zniechęcenia, dają radość i wzmacniają nadzieję⁶⁵⁴.

Snując rozważania nad Internetem oraz nad *social mediami* wskazano już ich wartość i konieczność wykorzystywania w dziele Kościoła. Możliwości tych mediów i potrzeba ich obecności zostały jeszcze mocniej zaakcentowane w czasie trwania epidemii wirusa SARS-Cov-2. Na internetowych stronach diecezjalnych pojawiły się komunikaty i decyzje podpisane przez biskupów diecezjalnych mówiące o dyspensie od uczestnictwa we Mszy świętej niedzielnej⁶⁵⁵. Na stronie internetowej diecezji zamojsko-lubaczowskiej informacja o dyspensie pojawiła się 12 marca 2020 r. W komunikacie zawarta była informacja mówiąca: „Skorzystanie z dyspensy oznacza, że nieobecność na Mszy niedzielnej we wskazanym czasie nie jest grzechem. Jednocześnie zachęcamy, aby osoby korzystające z dyspensy trwały na osobistej i rodzinnej modlitwie. Zachęcamy też do duchowej łączności ze wspólnotą Kościoła poprzez transmisje radiowe, telewizyjne lub internetowe”⁶⁵⁶. Biskup Rojek przypomniał wspomniane zalecenia ponownie w kolejnych dokumentach przypominając o możliwości

⁶⁵³ Rojek, „Słowo Biskupa Diecezjalnego Mariana Rojka z racji obchodów Światowego Dnia Środków Społecznego Przekazu”.

⁶⁵⁴ M. Rojek, „Słowo Biskupa Diecezjalnego na 48. Dzień Środków Społecznego Przekazu”, *Zamojski Informator Diecezjalny XXIII*, nr 3 (2014): 373.

⁶⁵⁵ R. Pastwa, „Komunikowanie religijne na przykładzie Kościoła katolickiego w Polsce z uwzględnieniem kontekstu pandemii koronawirusa”, *Kultura-Media-Teologia*, nr 41 (2020): 51.

⁶⁵⁶ Rada Stała Konferencji Episkopatu Polski, „Zarządzenie nr 1/2020 Rady Stałej Konferencji Episkopatu Polski”, 12 marzec 2020, <https://episkopat.pl/komunikat-rady-stalej-konferencji-episkopatu-polski-4/>. „Komunikat Rady Stałej KEP i Dyspensa Biskupa Diecezjalnego”, 12 marzec 2020, <https://diecezja.zamojskolubaczowska.pl/wiadomosci/2564-komunikat-rady-stalej-kep-i-dyspensa-biskupa-diecezjalnego>.

duchowego przeżywania Mszy świętej za pośrednictwem środków społecznej komunikacji, w mediach elektronicznych⁶⁵⁷. Warto podkreślić zaangażowanie poszczególnych parafii, które w odpowiedzi na apel KEP oraz biskupa diecezjalnego zorganizowały transmisję Mszy świętych⁶⁵⁸.

Prowadząc badania nad wykorzystywaniem *social mediów* w dziele ewangelizacji na obszarze Kościoła zamojsko-lubaczowskiego przeprowadzono kwerendę weryfikującą faktyczne działania podejmowane w omawianym zakresie. Głównym spektrum zainteresowania były instytucje diecezjalne oraz ruchy i stowarzyszenia. Analizie zostały poddane także trzy strony – konta, które należy wskazać jako działania szczególnie warte uwagi. Badanie materiału medialnego związanego z obecnością w przestrzeni SM zostało przeprowadzone metodą obserwacyjną.

3.3.1. *Social media* w praktyce instytucji diecezjalnych

Mówiąc o instytucjach diecezjalnych autor omawia te, które funkcjonują pod egidą biskupa diecezjalnego i kurii diecezjalnej. Na pierwszym jednak miejscu słusznym wydaje się analiza obecności diecezji jako takiej w SM stąd poddano analizie obecność w *social mediach* oficjalnych kont i profili diecezji.

Pośród omawianych instytucji diecezjalnych pierwszą jest Zamojska Szkoła Ewangelizacji. ZSE została powołana do życia przez biskupa Mariana Rojka 25 czerwca

⁶⁵⁷ M. Rojek, „Najnowsze zalecenia Biskupa w związku z zagrożeniem epidemicznym”, 14 marzec 2020, <https://diecezja.zamojskolubaczowska.pl/wiadomosci/2568-najnowsze-zalecenia-biskupa-w-zwiazku-z-zagrozeniem-epidemicznym>.

M. Rojek, „Przedłużenie dyspensy od obowiązku niedzielnego uczestnictwa we Mszy”, 30 marzec 2020, <https://diecezja.zamojskolubaczowska.pl/wiadomosci/2593-przedluzenie-dyspensy-od-obowiazku-niedzielnego-uczestnictwa-we-mszy>.

⁶⁵⁸ P. Spyra, „Transmisje Mszy św. - gdzie można oglądać i słuchać?”, 4 kwiecień 2020, <https://diecezja.zamojskolubaczowska.pl/wiadomosci/2567-transmisje-mszy-sw-gdzie-mozna-ogladac-i-sluchac>.

2016 roku⁶⁵⁹. Jak zauważa biskup „Jest ona odpowiedzią na potrzebę wykorzystywania nowych form, środków i sposobów w misji głoszenia zawsze aktualnej i zawierającej w sobie «prawdziwą nowość» Chrystusowej Ewangelii”⁶⁶⁰. Pierwszym celem ZSE „jest ewangelizacja realizowana poprzez pomnażanie szkół ewangelizacji, które formują ewangelizatorów tak, aby każdy katolik potrafił przekazać Słowo w formie prostej, doświadczalnej i praktycznej”⁶⁶¹. W Programie formacyjnym Szkoły Ewangelizacji zawarty jest także zapis mówiący o jej otwartości na znaki czasu i nieustannym poszukiwaniu nowych narzędzi, które mają służyć jej celowi⁶⁶². Sięgając do strony www ZSE przeczytać można, że Szkoła Nowej Ewangelizacji „jest to jeden z posoborowych ruchów odnowy Kościoła katolickiego, którego celem jest ewangelizacja, formacja ewangelizatorów oraz zakładanie wspólnot, tak aby każdy katolik najpierw doświadczył na sobie mocy Ewangelii i wszedł na drogę żywej wiary, a następnie potrafił samemu głosić Dobrą Nowinę w sposób prosty, praktyczny, opierając się na swoim świadectwie spotkania z Jezusem”⁶⁶³. Funkcjonowanie ZSE z jej celami i założeniami determinuje do tego, by została zbadana jej obecność w SM, co też zostało uczynione.

Analizie poddano obecność diecezjalnego Caritas w przestrzeni SM. W statucie Caritas Diecezji Zamojsko-Lubaczowskiej można przeczytać, że jest ona „instytucją charytatywną, ustanowioną przez Biskupa Zamojsko-Lubaczowskiego do pełnienia posługi miłosierdzia w kraju i poza jego granicami”⁶⁶⁴. We wstępie do wspomnianego

⁶⁵⁹ M. Rojek, „Dekret powołujący do istnienia Zamojską Szkołę Ewangelizacji im. Błogosławionego Stanisława Kostki Starowieyskiego”, *Zamojski Informator Diecezjalny XXV*, nr 2 (2016): 346.

⁶⁶⁰ Rojek.

⁶⁶¹ „Statut Zamojskiej Szkoły Ewangelizacji im. Błogosławionego Stanisława Kostki Starowieyskiego”, *Zamojski Informator Diecezjalny XXV*, nr 2 (2016): 347.

⁶⁶² „Statut Zamojskiej Szkoły Ewangelizacji im. Błogosławionego Stanisława Kostki Starowieyskiego”.

⁶⁶³ P. Spyra, „Czym jest Szkoła Ewangelizacji?”, *zse.info*, dostęp 27 luty 2021, <https://www.zse.info/czym-jest-szkola-ewangelizacji/>.

⁶⁶⁴ J. Śrutwa, „Statut Caritas Diecezji Zamojsko-Lubaczowskiej”, rozdz. 1, dostęp 15 luty 2022, <https://caritas.zamojskolubaczowska.pl/statut-caritas-diecezji-zamojsko-lubaczowskiej/>.

dokumentu ówczesny biskup diecezjalny Jan Śrutwa pisze, że Caritas diecezjalna jest odpowiedzią na „Boże przykazanie miłości bliźniego zobowiązujące do służby potrzebującym, w celu krzewienia i realizowania nauki Jezusa Chrystusa o miłosierdziu chrześcijańskim”⁶⁶⁵. Uwzględniając powyższe oraz mając w świadomości, że świadectwo chrześcijańskie jest narzędziem ewangelizacyjnym⁶⁶⁶ należało poddać analizie materiał medialny dotyczący diecezjalnej Caritas.

Jan Paweł II w adhortacji *Pastores dabo vobis* naucza: „«Aby Mu towarzyszyli»: czytając te słowa nietrudno zrozumieć, że Jezus pragnie «towarzyszyć powołaniu» Apostołów. Kiedy ich powołał i zanim jeszcze rozesłał — lecz właśnie po to, aby móc ich wysłać na głoszenie nauki — Jezus prosi, by spędzili z Nim pewien «czas» poświęcony formacji i pogłębieniu więzów jedności i przyjaźni. Chce skierować do nich katechezę bardziej gruntowną niż ta, która przeznaczona jest dla ludu; pragnie, by byli świadkami Jego cichej modlitwy do Ojca”⁶⁶⁷. Mając na uwadze przytoczone słowa papieża podkreślić należy, że pisząc o ewangelizacji nie sposób nie zwrócić uwagi na działalność Wyższego Seminarium Duchownego, w którym alumni przeżywają swoją pogłębioną formację, by w przyszłości móc być posłanym na głoszenie nauki. Ten fakt sprawił, że zbadano obecność społeczności WSD w przestrzeni *social mediów*.

Ostatnią instytucją diecezjalną, której działalność w przestrzeni SM zbadano jest Katolickie Radio Zamość. KRZ przywołane zostało w rozdziale II niniejszej pracy. Jego głównym zadaniem jak można przeczytać na internetowej stronie Radia jest: „ewangelizacja, modlitwa, przekaz informacji, wskazywanie drogi wartościowego życia, budowanie poczucia tożsamości z regionem, a także troska o sprawy naszej społeczności”⁶⁶⁸. Katolickie Radio Zamość stanowi ważny element życia diecezji⁶⁶⁹.

⁶⁶⁵ Śrutwa, Statut Caritas Diecezji Zamojsko-Lubaczowskiej.

⁶⁶⁶ EN, 41; EG, 48.

⁶⁶⁷ PDV, 42.

⁶⁶⁸ „O nas”, radiozamosc.pl, dostęp 15 luty 2022, <https://www.radiozamosc.pl/s/1/o-nas>.

⁶⁶⁹ Łuszcz, „Odnowa liturgiczna w diecezji zamojsko-lubaczowskiej. [Rozprawa doktorska w Instytucie Nauk Teologicznych KUL pod kierunkiem promotora dr. hab. Michała Wyrostkiewicza, prof. KUL przy wsparciu promotora pomocniczego ks. dr. Andrzeja Meggera]”, 175.

Nieodzownym było więc przeprowadzenie analizy materiały medialnego związanego z działalnością KRZ w przestrzeni SM.

3.3.1.1. Diecezja zamojsko-lubaczowska w SM

Przyglądając się serwisom społecznościowym, odnaleźć można oficjalne konta diecezji na Facebooku⁶⁷⁰, Twitterze⁶⁷¹ oraz kanał na YouTube⁶⁷². Natomiast na Instagramie do nazwy diecezji „podpięty” jest tylko hasztag⁶⁷³.

a) Facebook



Grafika 1. Strona tytułowa diecezji na FB (stan z 16.02.2022.)

⁶⁷⁰ @DiecezjaZamosc, „Diecezja Zamojsko-Lubaczowska”, Facebook, dostęp 14 marzec 2022, <https://www.facebook.com/DiecezjaZamosc>.

⁶⁷¹ @diecezja_zamosc, „Diecezja Zamojsko-Lubaczowska”, Twitter, dostęp 14 marzec 2022, https://twitter.com/diecezja_zamosc.

⁶⁷² Diecezja Zamojsko-Lubaczowska, „Diecezja Zamojsko-Lubaczowska”.

⁶⁷³ „#diecezjazamojskolubaczowska”, Instagram, dostęp 14 marzec 2022, <https://www.instagram.com/explore/tags/diecezjazamojskolubaczowska/>. Czym jest hasztag wyjaśniono w rozdziale drugim.

Konto diecezji zamojsko-lubaczowskiej na Facebooku istnieje od 2018 r. Stronę diecezjalną na Facebooku obserwuje 3535 zaś przycisk „*lubię to*” kliknęło 3368 użytkowników serwisu⁶⁷⁴. Na stronie prezentowane są przemówienia i niektóre rozporządzenia biskupa, relacje dotyczące wydarzeń diecezjalnych, zaproszenia na wydarzenia diecezjalne⁶⁷⁵, materiały z wydarzeń parafialnych⁶⁷⁶ materiały dotyczące Kościoła powszechnego⁶⁷⁷, czy też szeroko rozumiane materiały ewangelizacyjne⁶⁷⁸. Materiały prezentowane na stronie zawierają zdjęcia, materiały filmowe bądź też przygotowaną grafikę. Na stronie trzykrotnie organizowane były wydarzenia. Strona, jak każda inna w serwisie, poddawana jest ocenom użytkowników, aktualna ocena to 4,7 na pięć gwiazdek. Pośród komentarzy pozytywnych znajdują się nieliczne negatywne opinie, które jednak nie dotyczą tej konkretnej strony a są raczej formą wypowiedzenia swoich pejoratywnych odczuć dotyczących wiary chrześcijańskiej. Strona jest na bieżąco aktualizowana – kilka razy dziennie pojawiają się nowe posty. Większość publikowanych treści występuje w formie udostępnienia z innych źródeł.

⁶⁷⁴ Dane dotyczące statystyk kont i kanałów diecezji w serwisach społecznościowych aktualne były na dzień 26.02.2021.

⁶⁷⁵ Jako przykład można podać: Diecezjalny Dzień Chorego, peregrynacja bł. Hanny Chrzanowskiej, Dzień skupienia „Przyjaciół Oblubieńca”. Aneks 5, grafiki 17-19.

⁶⁷⁶ Jako przykład można przywołać: informacje o niedzieli radiowej w parafii, Gorajskim kolędowaniu. Aneks 5, grafiki 20-21.

⁶⁷⁷ Przykładem mogą być informacje o Synodzie o synodalności, informacje Dniu Papieskim, informacje o zatwierdzeniu Dekretu beatyfikacyjnego. Aneks 5, grafiki 22-24.

⁶⁷⁸ Jako przykład można przywołać posty o Miłości w Biblii, zaproszenie do modlitwy i adoracji, plakat o nabożeństwie uwielbienia. Aneks 5, grafiki 25-27.

b) Twitter

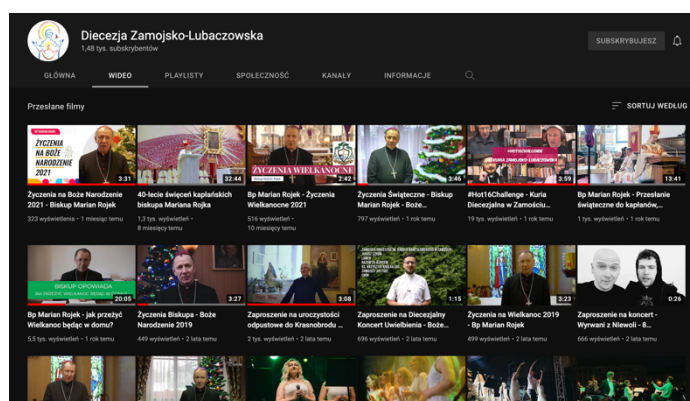


Grafika 2. Strona tytułowa diecezji na TT (stan z 16.02.2022.)

Konto diecezji zamojsko-lubaczowskiej na Twitterze istnieje od 2018 r. Strona posiada 817 osób obserwujących. Publikowane tweety podobnie jak w przypadku strony na Facebooku dotyczą wydarzeń z życia Kościoła powszechnego i Kościoła lokalnego.

W przeciwieństwie do strony na Facebooku tweety są tylko częściowo podawane z innych źródeł, czyli udostępniane. W tym serwisie część z nich jest oryginalna. Z uwagi na charakter omawianego serwisu wiadomości są krótkie i stanowią bardziej formę utrzymania bieżącego kontaktu z odbiorcą. Strona na Twitterze podobnie jak i na Facebooku ma za zadanie przekazywanie przesłania ewangelicznego. Mankamentem jest systematyczność aktualizacji – nowe wpisy pojawiają się zaledwie kilka razy w miesiącu, co sprawia, że sam przekaz jest odbierany marginalnie.

c) YouTube



Grafika 3. Kanał diecezji na YT (stan z 16.02.2022.)

Najstarszy film opublikowany na kanale diecezji pochodzi z grudnia 2012 r. i dotyczy Sanktuarium w Krasnobrodzie⁶⁷⁹. Pośród nowszych materiałów są życzenia świąteczne biskupa diecezjalnego (opublikowany 24.12.2021.)⁶⁸⁰, zaproszenia na wydarzenia diecezjalne (opublikowany 24.06.2019.)⁶⁸¹, homilie (opublikowany 09.04.2020.)⁶⁸². Wśród najnowszych materiałów pojawiły się dwa filmy zasługujące na szczególną uwagę w zakresie zainteresowania niniejszej dysertacji. Pierwszy z tych filmów wspomniany już we wcześniejszym rozdziale *#Hot16Challenge - Kuria Diecezjalna w Zamościu przeciw koronawirusowi* (opublikowany 03.06.2020.)⁶⁸³ oraz *Bp Marian Rojek - jak przeżyć Wielkanoc będąc w domu?* (opublikowany 31.03.2020.)⁶⁸⁴. Oba filmy powstały w czasie trwania epidemii koronawirusa. Film *#Hot16Challenge* jest odpowiedzią na ogólnopolską akcję wspierania walki z koronawirusem. Film został odebrany pozytywnie o czym świadczy ponad 500 „łapek w górę” przy 19 negatywnych. Pozytywny odbiór potwierdzają także komentarze zawarte pod filmem.

W drugim z wspomnianych filmów Biskup Marian Rojek opowiada, jak przeżyć Wielki Tydzień i Triduum Paschalne w sytuacji zagrożenia wirusem i ograniczenia dostępu do sakramentów. Film zanotował ponad 5000 wyświetleń. Można śmiało powiedzieć, że był i jest ważną odpowiedzią na obawy i pytania jakie rodziły się u wiernych w kontekście istniejących ograniczeń możliwości uczestniczenia „na żywo” w liturgii Wielkanocy. Pośród starszych filmów można znaleźć wiele zapisów video

⁶⁷⁹ Diecezja Zamojsko-Lubaczowska, *Sanktuarium w Krasnobrodzie*, 2012, <https://youtu.be/rOh5nUHPhLM>.

⁶⁸⁰ Diecezja Zamojsko-Lubaczowska, *Życzenia na Boże Narodzenie 2021 - Biskup Marian Rojek*.

⁶⁸¹ Diecezja Zamojsko-Lubaczowska, *Zaproszenie na uroczystości odpustowe do Krasnobrodu - 1-2 lipca 2019 r.*, 2019, https://youtu.be/Wq32vOp_jMM.

⁶⁸² Diecezja Zamojsko-Lubaczowska, *Bp Marian Rojek - Przesłanie świąteczne do kapłanów, osób konsekrowanych i wiernych świeckich*, 2020, <https://youtu.be/kPFzZYwVBOg>.

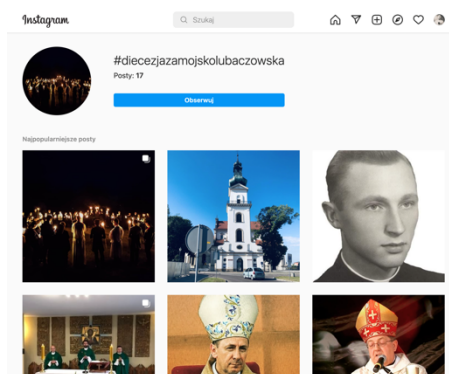
⁶⁸³ Spyra, *#Hot16Challenge - Kuria Diecezjalna w Zamościu przeciw koronawirusowi*.

⁶⁸⁴ Diecezja Zamojsko-Lubaczowska, *Bp Marian Rojek - jak przeżyć Wielkanoc będąc w domu?*, 2020, https://youtu.be/3_cSSwnKw6A.

z koncertów uwielbienia (opublikowany 16.06.2018.)⁶⁸⁵, relacji ze Światowych Dni Młodzieży – dni spędzanych przez młodzież w diecezji (opublikowany 24.09.2016.)⁶⁸⁶, Misteriów Meki Pańskiej z Cieszanowa (opublikowany 03.03.2013.)⁶⁸⁷ oraz filmy pokazujące miasto Zamość (opublikowany 08.01.2013.)⁶⁸⁸ i kaplicę na wodzie w Krasnobrodzie (opublikowany 16.10.2012.)⁶⁸⁹. Cechy ostatniego materiału video jak jakość nagrania, głos lektora, rozpoczęcie i zakończenie filmu wskazujące na wycięcie z większej całości pokazują, że prawdopodobnie jest to materiał skopiowany bez odwołania do oryginału.

Podsumowując filmy publikowane w serwisie YouTube umieszczane są kilka razy w roku. Przewodnią tematyką są życzenia świąteczne lub zaproszenia na wydarzenia diecezjalne. Starsze filmy są niskiej jakości i prawdopodobnie publikacja niektórych z nich łamie prawa autorskie.

d) Instagram



Grafika 4. #diecezjazamojskolubaczowska (stan z 16.02.2022.)

⁶⁸⁵ Diecezja Zamojsko-Lubaczowska, *Prowadź mnie - II Diecezjalny Koncert Uwielbienia w Zamościu*, 2018, <https://youtu.be/Jdf2Beq-GQc>.

⁶⁸⁶ Diecezja Zamojsko-Lubaczowska, *ŚDM – Dni w Diecezji Zamojsko-Lubaczowskiej – rejon zamojski*, 2016, <https://youtu.be/yTOi52xc3nE>.

⁶⁸⁷ Diecezja Zamojsko-Lubaczowska, *Misterium - Cieszanow 2012, 2013*, <https://youtu.be/N6mal529LIU>.

⁶⁸⁸ Diecezja Zamojsko-Lubaczowska, *Zamość by night...*, 2013, <https://youtu.be/qhOBgoqEAWw>.

⁶⁸⁹ Diecezja Zamojsko-Lubaczowska, *Kaplica na wodzie*, 2012, <https://youtu.be/r8VbDqpKp5c>.

Diecezja zamojsko-lubaczowska nie posiada swojego konta w serwisie Instagram. Odnaleźć można natomiast hasztag #diecezjazamojskolubaczowska do którego przyporządkowanych jest 15 postów między innymi z profilu *polscy.biskupi*⁶⁹⁰. W tym wypadku trudno mówić o jakiegokolwiek regularności pojawiających się postów, pochodzą bowiem od użytkowników, którzy poprzez wspomniane hasztagi oznaczają diecezję.

3.3.1.2. Zamojska Szkoła Ewangelizacji w SM



Grafika 5. Strona tytułowa ZSE na FB (stan z 16.02.2022.)

Zamojska Szkoła Ewangelizacji oprócz strony internetowej⁶⁹¹ posiada konto na Facebooku⁶⁹². Strona jest obserwowana przez 998 użytkowników, zaś „polubienia” dokonało 961 użytkowników⁶⁹³. Na stronie w serwisie społecznościowym znajdują się

⁶⁹⁰ Konto na Instagramie prezentujące sylwetki polskich biskupów. *polscy.biskupi*, „Polscy biskupi”, Instagram, dostęp 14 marzec 2022, <https://www.instagram.com/polscy.biskupi/>.

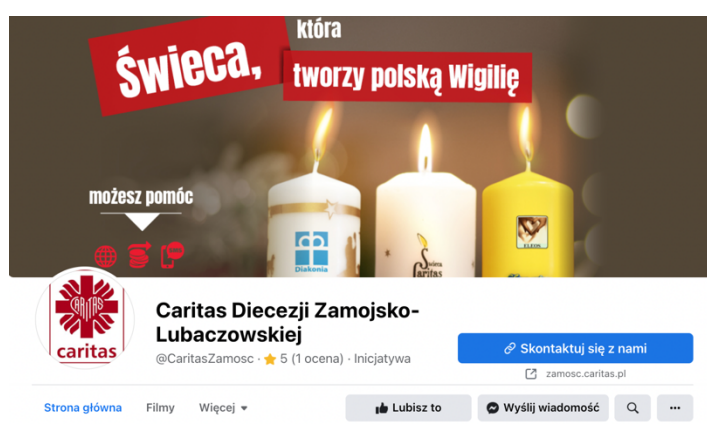
⁶⁹¹ „Zamojska Szkoła Ewangelizacji”, dostęp 14 marzec 2022, <https://www.zse.info/>.

⁶⁹² @zamojskaszkołaewangelizacji, „Zamojska Szkoła Ewangelizacji im. bł. Stanisława Kostki Starowieyskiego”, Facebook, dostęp 14 marzec 2022, <https://www.facebook.com/zamojskaszkołaewangelizacji>.

⁶⁹³ Dane na dzień 27.02.2021.

materiały promujące wydarzenia i działania organizowane przez ZSE⁶⁹⁴, relacje z wydarzeń, kursów ewangelizacyjnych⁶⁹⁵, świadectwa uczestników kursów⁶⁹⁶, różnego rodzaju przesłania czy podziękowania⁶⁹⁷, których nadawcami są członkowie ZSE. Publikowane treści są w większości oryginalne, a więc nie są udostępnianymi. Publikacje nowych treści pojawiają się średnio raz w tygodniu.

3.3.1.3. Caritas w SM



Grafika 6. Strona tytułowa Caritas na FB (stan z 16.02.2022.)

Caritas Diecezji Zamojsko-Lubaczowskiej posiada konto na Facebooku⁶⁹⁸ oraz stronę internetową⁶⁹⁹. Strona na FB jest obserwowana przez 2307 użytkowników⁷⁰⁰.

⁶⁹⁴ Zazwyczaj są to przygotowane starannie i w nowoczesnej formie grafiki. Zobacz Aneks 5, grafiki od 28 do 33.

⁶⁹⁵ Aneks 5, grafika 35.

⁶⁹⁶ Aneks 5, grafika 36.

⁶⁹⁷ Aneks 5, grafika 34.

⁶⁹⁸ @CaritasZamosc, „Caritas Diecezji Zamojsko-Lubaczowskiej”, Facebook, dostęp 14 marzec 2022, <https://www.facebook.com/CaritasZamosc>.

⁶⁹⁹ „Caritas Diecezji Zamojsko-Lubaczowskiej”, dostęp 14 marzec 2022, <https://caritas.zamojskolubaczowska.pl/>.

⁷⁰⁰ Dane na dzień 27.02.2021.

Treści prezentowane na stronie Caritas związane są z zakresem jej działalności charytatywnej⁷⁰¹. Warto podkreślić systematyczność w aktualizowaniu strony. Posty pojawiają kilka razy w tygodniu, przy czym często publikowanych jest kilka jednego dnia, po czym następuje kilkudniowa przerwa w aktualizacji. Należy wskazać niewielką interakcję użytkowników serwisu na prezentowane posty. W większości jest to około 10 „polubień”, czasem zdarzają się udostępnienia postów, komentarze pojawiają się sporadycznie.

3.3.1.4. Wyższe Seminarium Duchowne w SM

Wyższe Seminarium Duchowne Diecezji Zamojsko-Lubaczowskiej posiada stronę www⁷⁰², stronę na Facebooku⁷⁰³. W mediach społecznościowych funkcjonuje także konto na Instagramie⁷⁰⁴ oraz kanał w serwisie YouTube⁷⁰⁵.

⁷⁰¹ Przywołać w tym miejscu można organizowanie pomocy z okazji Dnia Chorego czy wspólnej wigilii dla mieszkańców oraz szkoleń dla wolontariuszy. Aneks 5, grafika 37 – 39.

⁷⁰² <http://wsd.zamojskolubaczowska.pl/>

⁷⁰³ @WSDZamLub, „WSD Diecezji Zamojsko-Lubaczowskiej”, Facebook, dostęp 14 marzec 2022, <https://www.facebook.com/WSDZamLub>.

⁷⁰⁴ seminariumzamlub, „WSD Zamojsko-Lubaczowskie”, Instagram, dostęp 14 marzec 2022, <https://www.instagram.com/seminariumzamlub/>.

⁷⁰⁵ WSD ZamLub, „WSD ZamLub”, YouTube, dostęp 14 marzec 2022, <https://www.youtube.com/channel/UCNH0jRqQUhxSLStkthrfuDA>.

a) Facebook



Grafika 7. Strona tytułowa WSD na FB (stan z 16.02.2022.)

Strona seminarium na Facebooku istnieje od 2013 r. Strona jest obserwowana przez 1612 użytkowników⁷⁰⁶. Na stronie można znaleźć relacje z życia seminaryjnego dotyczącego bezpośrednio formacji alumnów⁷⁰⁷ jak też relacji z wydarzeń diecezjalnych⁷⁰⁸, w których uczestniczyli klerycy. Udostępniane są z własnego kanału YT filmy z serii *FollowMe*⁷⁰⁹ będące swego rodzaju podsumowaniem danego okresu życia wspólnoty seminaryjnej⁷¹⁰. Na stronie pojawiają się materiały powołaniowe⁷¹¹ oraz informacje o rekrutacji do seminarium⁷¹². Treści publikowane są kilka razy w miesiącu, natomiast wygląd strony – grafika tytułowa aktualizowana jest kilka razy w roku. O braku działań w tym zakresie świadczy zdjęcie na stronie tytułowej

⁷⁰⁶ Dane na dzień 01.03.2021.

⁷⁰⁷ Rozpoczęcie roku akademickiego, dni skupienia, kolęda seminaryjna. Aneks 5, grafika 40 – 42.

⁷⁰⁸ Udział alumnów w Triduum Paschalnym w katedrze, udział w Exodusie Młodych. Aneks 5, grafika 43 – 44.

⁷⁰⁹ Przykład zostanie przywołany przy omawianiu konta seminarium w serwisie YT.

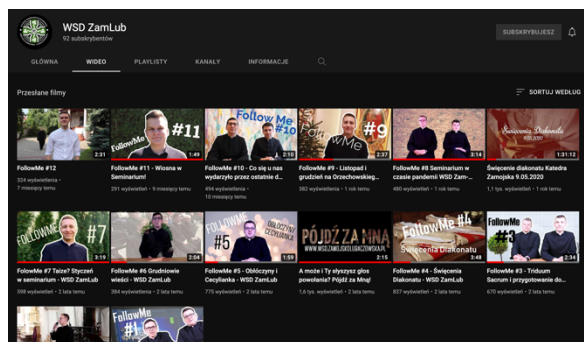
⁷¹⁰ Aneks 5, grafika 45.

⁷¹¹ Plakat powołaniowy. Aneks 5, grafika 46.

⁷¹² Aneks 5, grafika 47 – 48.

przedstawiająca szopkę. Zrzut ekranu prezentowany powyżej został zrobiony w połowie lutego.

b) YouTube



Grafika 8. Kanał WSD na YT (stan z 16.02.2022.)

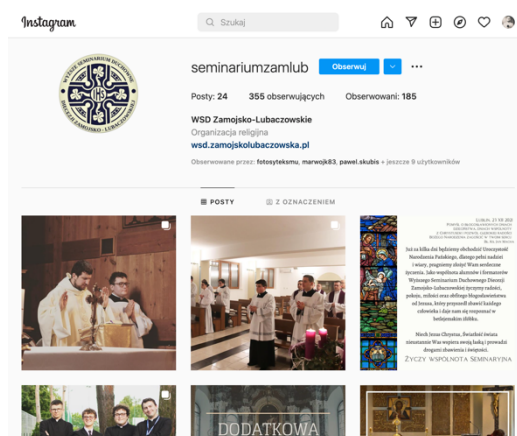
Wspomniany kanał seminarium w serwisie YouTube istnieje od 2019 r. Znaleźć można tam przede wszystkim serię filmów *FollowMe*⁷¹³ oraz relację ze święceń diakonatu⁷¹⁴ i film powołaniowy *A może i Ty słyszysz głos powołania? Pójdź za Mną!*⁷¹⁵. Materiały w serwisie YT publikowane są kilka razy w roku.

⁷¹³ WSD ZamLub, *FollowMe #12*, 2021, https://youtu.be/qp5io3L_VxM.

⁷¹⁴ WSD ZamLub, *Święcenie diakonatu Katedra Zamojska 9.05.2020*, 2020, <https://youtu.be/Vc8gPZT1Tk4>.

⁷¹⁵ WSD ZamLub, *A może i Ty słyszysz głos powołania? Pójdź za Mną!*, 2019, <https://youtu.be/K9iIS1j3ZGg>.

c) Instagram



Grafika 9. Konto WSD na Instagramie (stan na 16.02.2022.)

Konto seminarium na Instagramie istnieje od 2019 r. Posiada 24 postów i 355 obserwujących⁷¹⁶. Nowe posty pojawiają się kilka razy w roku. Mimo tak sporadycznej aktualizacji publikowane treści mają dużą liczbę reakcji. Posty mają charakter zgodny z założeniem serwisu Instagram i są krótkim pokazaniem chwili z życia – w tym wypadku z życia kleryków.

3.3.1.5. Katolickie Radio Zamość w SM

Katolickie Radio Zamość, posiada swoją stronę internetową⁷¹⁷. W *social mediach* prowadzona jest strona w serwisie Facebook⁷¹⁸ oraz kanał na YouTube⁷¹⁹.

⁷¹⁶ Dane na dzień 16.02.2022.

⁷¹⁷ „Katolickie Radio Zamość”, dostęp 14 marzec 2022, <https://www.radiozamosc.pl/>.

⁷¹⁸ @KatolickieRadioZamosc, „Katolickie Radio Zamość”, Facebook, dostęp 14 marzec 2022, <https://www.facebook.com/KatolickieRadioZamosc>.

⁷¹⁹ Katolickie Radio Zamość, „Katolickie Radio Zamość”, YouTube, dostęp 14 marzec 2022, <https://www.youtube.com/c/katolickieradiozamosc1/videos>.

a) Facebook



Grafika 10. Strona tytułowa KRZ na FB (stan na 16.02.2022.)

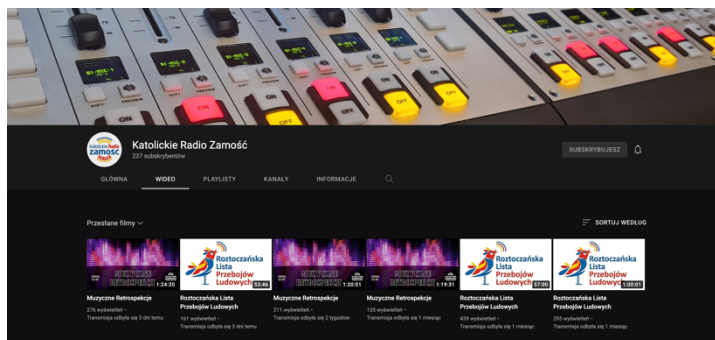
Na stronie internetowej zamieszczane są treści dotyczące wszystkich tematów, które podejmuje Radio. Treści te są udostępniane także w serwisie Facebook. Stronę Radia na Facebooku obserwuje prawie 5500 użytkowników⁷²⁰ co daje największą grupę odbiorców spośród instytucji diecezjalnych publikujących treści w *social mediach*. Posty publikowane są kilka razy dziennie. Treści mają charakter informacyjno⁷²¹ – religijny⁷²². Spektrum poruszanej tematyki jest więc bardzo szerokie. Reakcje użytkowników to zazwyczaj kliknięcia przycisku „*lubię to*”, sporadycznie pojawiają się komentarze i udostępnienia.

⁷²⁰ Dane dotyczące treści publikowanych na stronie radia aktualne na dzień 01.03.2021.

⁷²¹ Pośród licznych postów można znaleźć dotyczące wydarzeń drogowych, wspomnień historycznych, aż do informacji o bonie turystycznym. Aneks 5, grafiki 49 – 54.

⁷²² Pośród zagadnień religijnych można znaleźć informację o audycji o apostołach, informację o spotkaniu z siostrami zakonnymi, o peregrynacji relikwii bł. Stefana Wyszyńskiego, o różańcu kobiet czy o św. Błażeju. Aneks 5, grafiki 55 – 59.

b) YouTube



Grafika 11. Kanał KRZ na YT (stan na 16.02.2022.)

Kanał Radia w serwisie YouTube funkcjonuje od 2015 roku. Najnowszy opublikowany film pochodzi z 2022 r. Na kanale znajdują się filmy prezentujące wydarzenia diecezjalne⁷²³, nagrane homilie⁷²⁴, koncerty⁷²⁵, audycje nadawane w KRZ⁷²⁶, które mają noszą znamiona telewizji internetowej. W tym miejscu należy dostrzec wielki potencjał i wskazać trzeba możliwość, a nawet potrzebę rozwoju tego formatu.

⁷²³ Katolickie Radio Zamość, *25 lecie diecezji zamojsko-lubaczowskiej*, 2017, <https://youtu.be/Hh6leOO79bM>.

⁷²⁴ Katolickie Radio Zamość, *Homilia Abp Mieczysława Mokrzyckiego HD*, 2015, <https://youtu.be/xOkB4f8kYeU>.

⁷²⁵ Katolickie Radio Zamość, *Irena Santor - Zamojski Dzień Papieski 2016*, 2016, <https://youtu.be/KQwwnn7UpQo>.

⁷²⁶ Katolickie Radio Zamość, *Muzyczne Retrospekcje*, 2022, https://youtu.be/nepneR79K_4.

3.3.1.6. Niedziela zamojsko-lubaczowska w SM

Zamojska edycja Tygodnika katolickiego *Niedziela* posiada swoją zakładkę na ogólnej stronie internetowej *Niedzieli*⁷²⁷. W mediach społecznościowych znajduje się profil w serwisie Facebook⁷²⁸ oraz Twitter⁷²⁹.

a) Facebook



Grafika 12. Strona tytułowa NZL na FB (stan na 08.03.2022.)

Stronę NZL na FB istnieje od 2015 roku. Obserwuje ją 315 użytkowników. Ostatni post pochodzi z 10 sierpnia 2021 roku⁷³⁰. Na stronie znajdują się głównie linki z oficjalnego profilu *Niedzieli*⁷³¹. Brak aktualizacji strony sprawia, że interakcje użytkowników są sporadyczne.

⁷²⁷ „Niedziela Zamojsko-Lubaczowska”, niedziela.pl, dostęp 14 marzec 2022, <https://www.niedziela.pl/dzial/63/Niedziela-Zamojsko---Lubaczowska>.

⁷²⁸ @niedzielazamojskolubaczowska, „Niedziela Zamojsko-Lubaczowska”, Facebook, dostęp 14 marzec 2022, <https://www.facebook.com/niedzielazamojskolubaczowska>.

⁷²⁹ @NiedzielaL, „Niedziela Zamojsko-Lubaczowska”, Twitter, dostęp 14 marzec 2022, <https://twitter.com/NiedzielaL>.

⁷³⁰ Stan na 08.03.2022.

⁷³¹ „Niedziela Zamojsko-Lubaczowska”.

b) Twitter



Grafika 13. Strona NZL na TT (stan na 08.03.2022.)

Konto NZL na TT istnieje od maja 2020 roku. Obserwowane jest przez 15 użytkowników. Ostatni tweet pochodzi z sierpnia 2021 roku⁷³². Podobnie jak w przypadku profilu na FB sporadyczna aktualizacja jest przyczyną nikłego zainteresowania ze strony użytkowników.

3.3.2. Ruchy i stowarzyszenia w SM

W mediach społecznościowych swoje konta i strony posiadają także różnego rodzaju ruchy i stowarzyszenia działające na terenie diecezji zamojsko-lubaczowskiej. Publikowane treści na tych stronach dotyczą bezpośrednio działalności tychże ruchów oraz formacji podejmowanych przez uczestników. Pośród nich można znaleźć Katolickie Stowarzyszenie Civitas Christiana w Zamościu⁷³³, Wspólnota Chrystusa

⁷³² Dane na 08.03.2022.

⁷³³ Aneks 5, grafika 60, „Katolickie Stowarzyszenie Civitas Christiana w Zamościu”, Facebook, dostęp 14 marzec 2022, <https://www.facebook.com/Katolickie-Stowarzyszenie-Civitas-Christiana-w-Zamo%C5%9Bciu-776663579072866>.

Zmartwychwstałego Galilea Winnica Zamość⁷³⁴, Katolickie Stowarzyszenie Młodzieży Diecezji Zamojsko-Lubaczowskiej⁷³⁵, Ruch Światło-Życie Diecezji Zamojsko-Lubaczowskiej⁷³⁶ i inne.

Na szczególną uwagę zasługuje Exodus młodych⁷³⁷. Exodus oprócz nowoczesnej strony internetowej⁷³⁸, posiada konta w serwisach Facebook⁷³⁹, Twitter⁷⁴⁰, Instagram⁷⁴¹, YouTube⁷⁴². Treści publikowane regularnie i z dużą częstotliwością na wszystkich wspomnianych serwisach dotyczą samego wydarzenia spotkania młodych na terenie diecezji, ale mają także charakter podobnie jak całe wydarzenie ewangelizacyjny.

⁷³⁴ Aneks 5, grafika 61, „Wspólnota Chrystusa Zmartwychwstałego Galilea Winnica Zamość / SE św. Marka”, Facebook, dostęp 14 marzec 2022, <https://www.facebook.com/Wsp%C3%B3lnota-Chrystusa-Zmartwychwsta%C5%82ego-Galilea-Winnica-Zamo%C5%9B%C4%87-SE-%C5%9Bw-Marka-100628007160801>.

⁷³⁵ Aneks 5, grafika 62, @ksmzamlub, „Katolickie Stowarzyszenie Młodzieży Diecezji Zamojsko-Lubaczowskiej”, Facebook, dostęp 14 marzec 2022, <https://www.facebook.com/ksmzamlub>.

⁷³⁶ Aneks 5, grafika 63, @oazazamlub, „Ruch Światło-Życie Diecezji Zamojsko-Lubaczowskiej”, Facebook, dostęp 14 marzec 2022, <https://www.facebook.com/oazazamlub>.

⁷³⁷ Czym jest Exodus Młodych wyjaśniono we wcześniejszej części opracowania.

⁷³⁸ „Exodus młodych”, dostęp 14 marzec 2022, <https://exodusmlodych.pl/>.

⁷³⁹ Aneks 5, grafika 64, @exodusmlodych, „Exodus Młodych”, Facebook, dostęp 14 marzec 2022, <https://www.facebook.com/exodusmlodych/>.

⁷⁴⁰ Aneks 5, grafika 65, @exodusmlodych, „Exodus Młodych”, Twitter, dostęp 14 marzec 2022, <https://twitter.com/exodusmlodych>.

⁷⁴¹ Aneks 5, grafika 67, exodusmlodych, „Exodus Młodych”, Instagram, dostęp 14 marzec 2022, <https://www.instagram.com/exodusmlodych/>.

⁷⁴² Aneks 5, grafika 66, Exodus Młodych, „Exodus Młodych”, YouTube, dostęp 14 marzec 2022, <https://www.youtube.com/user/ExodusMlodych>.

Od lutego 2021 r. w *social mediach* Exodusu, a także w serwisie streamingowym Spotify⁷⁴³ publikowane są ewangelizacyjne audycje – podcasty.

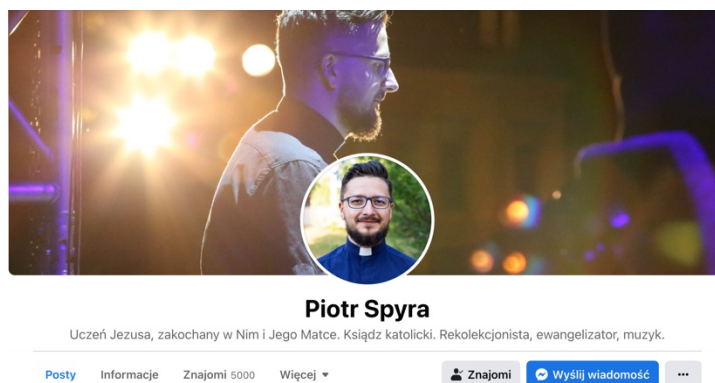
3.3.3. Wybrane osobiste strony kapłanów zamojsko-lubaczowskich

Jan Paweł II w adhortacji *Pastores dabo vobis* naucza: „równocześnie życie i posługa kapłana musi się „dostosować do każdej epoki i każdego środowiska [...]. Dlatego musimy jak najbardziej otwierać się na światło Ducha Świętego, by rozpoznawać, dokąd zmierza dzisiejsze społeczeństwo, odkrywać jego głębokie potrzeby duchowe, określać konkretne i główne zadania oraz odpowiadające im metody duszpasterskie, by stosownie odpowiedzieć ludzkim oczekiwaniom”⁷⁴⁴. Odpowiedzią na słowa papieża jest ewangelizacyjne zaangażowanie kapłanów w przestrzeni *social mediów*. Odkrywają oni potrzeby duchowe współczesnego człowieka, poszukują nowych metod duszpasterskich by dotrzeć z Ewangelią do jak największej grupy osób. W tej części analizy materiału medialnego autor przyjrzał się kontom w SM trzech kapłanów diecezji zamojsko-lubaczowskiej.

⁷⁴³ „Exodus Młodych”, Spotify, 14 marzec 2022,
https://open.spotify.com/artist/3m8CtjeIXEbOyNZtQ024kU?si=UPZga7q-RtGyfA-P7JEb-w&fbclid=IwAR3uw_gECNuinnaf4sOFjETKasf54rgUVUP6cLUYY4vpNrHys50dRPO6-d8&nd=1.

⁷⁴⁴ PDV, 5.

3.3.3.1. Konto ks. Piotra Spyry w serwisie Facebook⁷⁴⁵



Grafika 14. Konto FB ks. Piotra Spyry (stan na 08.03.2022.)

Ks. Piotr Spyrza, kapłan diecezji zamojsko-lubaczowskiej, jest dyrektorem w Zamojskiej Szkole Nowej Ewangelizacji. Oprócz wykształcenia teologicznego studiował także na kierunkach *Edukacja Artystyczna w zakresie sztuki muzycznej* oraz *Jazz i muzyka estradowa*⁷⁴⁶. Na swoim koncie na Facebooku codziennie publikuje publiczne – dostępne dla wszystkich użytkowników serwisu treści, które są formą komentarza do uroczystości i świąt lub czytań mszalnych na dany dzień⁷⁴⁷. W komentarzach ks. Piotr podejmuje dyskusje z użytkownikami oraz rozwija swoje myśli. Pojawiające się treści cechują się wnikliwością poruszanego tematu jednocześnie są przystępne w odbiorze. Ks. Piotr w komentarzach zabiera głos merytorycznie często także podejmując apologię nauki Kościoła. Prezentowane treści zawierają grafikę – zdjęcie adekwatne do poruszanego tematu. Strona obserwowana jest przez

⁷⁴⁵ P. Spyrza, „Piotr Spyrza”, Facebook, dostęp 14 marzec 2022, <https://www.facebook.com/piotr.spyra>.

⁷⁴⁶ Maciołek i Jagiełło, *Adresownik ze skróconym schematyzmem Diecezji Zamojsko-Lubaczowskiej. 2020/2021.*, 123.

⁷⁴⁷ Aneks 5, grafika 68.

4788 użytkowników⁷⁴⁸. Strona ma charakter stricte ewangelizacyjny a publikowane treści pokazywane są w kontekście życia społecznego⁷⁴⁹.

3.3.3.2. Konto ks. Sławomira Korony w serwisie Facebook⁷⁵⁰



Grafika 15. Konto FB ks. Sławomira Korony (stan na 08.03.2022.)

Ks. Sławomir Korona, kapłan diecezji zamojsko-lubaczowskiej, doktor teologii⁷⁵¹. Na swoim prywatnym koncie w serwisie Facebook ks. Sławomir publikuje rozważania biblijne w formie filmów zatytułowane *Ewangelia przed kawą*⁷⁵². Prezentowane materiały video mają formę homilii, dostosowane są do czytań mszalnych

⁷⁴⁸ Dane z dnia 16.02.2022.

⁷⁴⁹ Skorowski zauważa, że „przepowiadanie Dobrej Nowiny musi zawierać istotny wymiar społeczny, co w praktyce oznacza, iż działalność duszpasterska każdego kapłana winna zawierać element społeczny. Uzasadnienie zaangażowania kapłana w szeroko rozumiane życie społeczne wynika z faktu, że istotnym wymiarem misji Kościoła jest człowiek. Ten zaś wpisany jest bardzo mocno w kontekst społeczny. Stąd kapłan, z jednej strony, winien podejmować nauczanie dotyczące życia społecznego w jego wielorakich problemach, z drugiej zaś strony, także – w pewnym zakresie – aktywnie uczestniczyć w szeroko rozumianej rzeczywistości społecznej”. H. Skorowski, „Społeczny wymiar duszpasterskiego przepowiadania”, *Seminare. Poszukiwania naukowe* 27 (2010): 111.

⁷⁵⁰ S. Korona, „Sławomir Korona”, Facebook, dostęp 14 marzec 2022, <https://www.facebook.com/slawomir.korona>.

⁷⁵¹ Maciołek i Jagiełło, *Adresownik ze skróconym schematyzmem Diecezji Zamojsko-Lubaczowskiej. 2020/2021.*, 107.

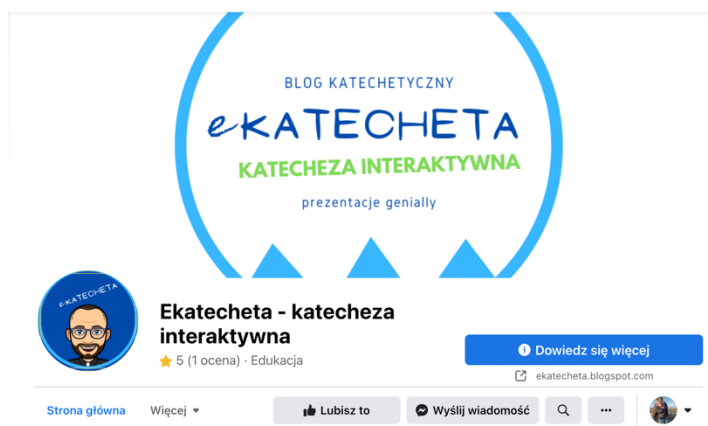
⁷⁵² Aneks 5, grafika 69.

na dany dzień oraz spełniają pozostałe kryteria stawiane tej formie przepowiadania⁷⁵³. Filmy udostępniane są ze strony parafii św. Michała Archanioła w Zamościu⁷⁵⁴ na Facebooku. Na profilu ks. Sławomira w formie transmisji online prowadzone są także modlitwy. Materiały video po pewnym czasie nie są dostępne. Oprócz wspomnianych treści publikowane są także prywatne, które nawiązują do pracy duszpasterskiej. Pod postami można odnaleźć liczne komentarze oraz informację o udostępnieniach publikowanych postów.

⁷⁵³ I Synod Diecezji zamojsko-lubaczowskiej wskazuje: „Podstawową formą przepowiadania słowa Bożego w Kościele i przez Kościół stanowi Pismo święte (...). Sobór Watykański II, mówiąc o formach przepowiadania, w sposób szczególny eksponuje homilię. Do jej istoty należy wyjaśnianie w ciągu roku liturgicznego – na podstawie tekstów świętych – prawd wiary i norm życia chrześcijańskiego. (...) Homilia ma ujmować pewien aspekt czytań Pisma Świętego, albo wyjaśniać inny tekst, zaczerpnięty z obchodzonego misterium, i uwzględniać potrzeby słuchaczy. Homilia ma tłumaczyć «znaczenie zbawcze liturgii» i proklamować konkretnej, zebranej wspólnocie dzieło zbawcze Chrystusa, tajemnicę paschalną, która tu i teraz uobecnia się i urzeczywistnia oraz wskazuje główne wytyczne dla życia chrześcijańskiego”, „Pierwszy Synod Diecezji Zamojsko-Lubaczowskiej 1996-2001. Część I. Statuty synodalne”, 84.

⁷⁵⁴ <https://www.facebook.com/%C5%9Aw-Micha%C5%82-Archanio%C5%82-Zamo%C5%9B%C4%87-107499047302448/>

3.3.3.3. ekatecheta – katecheza interaktywna⁷⁵⁵



Grafika 16. Strona ekatecheta na FB (stan na 08.03.2022.)

Strona poświęcona katechezie i prezentacji interaktywnych materiałów dydaktycznych. Strona powstała jako pomoc przy prowadzeniu zajęć online w czasie trwania epidemii koronawirusa⁷⁵⁶. Twórcą strony jest ks. Wojciech Suchowierz – kapłan diecezji zamojsko-lubaczowskiej⁷⁵⁷. Strona połączona jest z blogiem katechetycznym funkcjonującym jako samodzielna witryna internetowa⁷⁵⁸. Strona obserwowana jest przez

⁷⁵⁵ W. Suchowierz, „Ekatecheta - katecheza interaktywna”, Facebook, dostęp 14 marzec 2022, <https://www.facebook.com/Ekatecheta-katecheza-interaktywna-114181380463481.1>

⁷⁵⁶ Papież Franciszek mówił o koniecznej obecności katechety we współczesnym świecie: „Ta obecność staje się jeszcze pilniejsza w naszych czasach z powodu odnowionej świadomości ewangelizacji w świecie współczesnym oraz dlatego, że współczesna kultura globalizacyjna ma znaczny wpływ i domaga się przez to autentycznego spotkania z młodymi pokoleniami, nie zapominając o potrzebie posiadania odpowiedniej metodologii i kreatywnych narzędzi, które umożliwiłyby głoszenie Ewangelii odpowiednio do transformacji misyjnej, jaką powziął Kościół. Wierność przeszłości i odpowiedzialność za teraźniejszość są nieodzownymi warunkami, aby Kościół mógł spełniać swoją misję w świecie” Franciszek, *List apostolski „Antiquum ministerium”* (Watykan, 2021), akap. 5, https://www.vatican.va/content/francesco/pl/motu_proprio/documents/papa-francesco-motu-proprio-20210510_antiquum-ministerium.html.

⁷⁵⁷ Maciołek i Jagiełło, *Adresownik ze skróconym schematyzmem Diecezji Zamojsko-Lubaczowskiej. 2020/2021.*, 124.

⁷⁵⁸ W. Suchowierz, „Blog katechetyczny. Ekatecheta - katecheza interaktywna. Prezentacje genially”, ekatecheta, dostęp 14 marzec 2022, <https://ekatecheta.blogspot.com/>.

2013 użytkowników⁷⁵⁹. Wpisy pojawiają się regularnie w ciągu roku szkolnego i zawierają linki do bloga gromadzącego w sposób usystematyzowany prezentacje interaktywne przygotowane w aplikacji genial.ly⁷⁶⁰. Pod postami widać interakcje użytkowników, pojawiają się polubienia oraz udostępniania.

Przeprowadzone analizy i obserwacje pozwoliły na wyciągnięcie wniosków oraz postawienie rekomendacji. Zostaną one szczegółowo omówione w kolejnej części pracy.

⁷⁵⁹ Dane z dnia 16.02.2022.

⁷⁶⁰ Aneks 5, grafika 70.

Rozdział 4. Ku optymalizacji socjalmedialnych działań ewangelizacyjnych

Prezentowane konkluzje, wnioski, dobre praktyki i rekomendacje dotyczą diecezji zamojsko-lubaczowskiej. Nie są więc ogólne. Choć bowiem opierają się na wiedzy o mediach uwzględniają charakter konkretnej diecezji oraz możliwości określonych ewangelizatorów.

4.1. Wnioski i konkluzje

Pierwsze ankiety zaczęły wracać już po kilku dniach od rozesłania maili i opublikowania informacji o badaniach na stronach Wydziału Katechetycznego oraz w grupie katechetów diecezji na Facebooku. Kilka dni przed zakończeniem badań

wysłano do duchownych mail z podziękowaniem za uzupełnienie ankiety oraz przypomnieniem dla tych, którzy jeszcze tego nie uczynili. Ta powtórna wiadomość sprawiła, że zostało wypełnionych kilkanaście dodatkowych ankiet.

Ostatecznie do prowadzącego badania powróciło 98 ankiet od księży (wysłanych zostało 324), 11 ankiet od alumnów (na wszystkich 18) oraz 43 od katechetów – siostr i braci zakonnych oraz osób świeckich (na terenie diecezji pracuje 220 katechetów świeckich). Sumaryczna wydajność procesu pozyskiwania danych od respondentów z grupy duchownych i alumnów wyniosła odpowiednio 30,24% i 61,11%. Przy ankiecie dla katechetów publikowanej w *social mediach* i na stronie internetowej wydajność wyniosła 19,54%.

Ilość uzyskanych odpowiedzi wskazuje na pewne fakty a mianowicie. Część osób duchownych zgłasza do publikacji w Adresowniku diecezjalnym⁷⁶¹ błędne adresy mailowe. Problemem jest sposób korzystania czy raczej niekorzystania z poczty elektronicznej. Kolejnym faktem, który należy podkreślić jest niestety brak zainteresowania poruszonym zagadnieniem. Jeśli chodzi o ankietę dla alumnów trudno jest określić powody niepełnej liczby odpowiedzi ze strony studentów Wyższego Seminarium Duchownego. Natomiast liczba odpowiedzi ze strony katechetów wskazywać może na nieprzeoglądanie stron Wydziału Katechetycznego bądź brak zainteresowania samym tematem.

Na bazie przeprowadzonych badań można pokusić się o stworzenie profilu osób korzystających z SM spośród odpowiedzialnych za ewangelizację na terenie diecezji zamojsko-lubaczowskiej. W przypadku duchownych statystyczny ksiądz posługujący się SM to osoba w przedziale wiekowym 31-40 lat, ze stażem pracy 12-20 lat i pełniącą funkcję wikariusza. Można więc powiedzieć, że ksiądz korzystający z SM są zazwyczaj w wieku średnim, posiadają już pewne doświadczenie w posłudze kapłańskiej. Jeśli chodzi o katechetów to zazwyczaj jest to kobieta – katechетка w przedziale wiekowym 51-60 lat i mająca staż pracy 21-30 lat. Nieco inaczej rysuje się obraz użytkownika, twórcy treści. O ile staż pracy i pełniona funkcja, czy też status społeczny pozostają w tym samym przedziale, o tyle księży, którzy są twórcami znajduje się

⁷⁶¹ Maciołek i Jagiełło, *Adresownik ze skróconym schematyzmem Diecezji Zamojsko-Lubaczowskiej. 2020/2021.*

w wyższym przedziale wiekowym (41-50), zaś katecheci w niższym przedziale wiekowym (41-50).

Obserwując współczesny świat można wysnuć twierdzenie, że profile osób korzystających z SM będą mieścić się w zdecydowanie niższym przedziale wiekowym. Tak się nie stało. Przyczyną jest zapewne coraz mniejsza liczba alumnów, którzy przyjmują święcenia kapłańskie⁷⁶². Oznacza to, że grupa społeczna jaką jest duchowieństwo starzeje się. Rzecz ma się podobnie, jeśli chodzi o katechetów, co pokazały przeprowadzone badania. Natomiast niepokojem napawa fakt, że księża nieco starsi, z dużym doświadczeniem pracy kapłańskiej mniej chętnie korzystają z SM⁷⁶³.

Respondenci odpowiadający na pytania o serwisy społecznościowe wskazywali, że najczęściej jest to Facebook. Znikomy zainteresowaniem cieszył się TikTok, stale rozwijająca się platforma. Według danych opublikowanych w II kwartale 2021 roku liczba nowych instalacji TikTok'a w systemach IOS oraz Android wyniosła 205 mln⁷⁶⁴. Pewnym optymizmem napawa fakt, że serwisie pojawiają się nowe konta prowadzone przez polskich księży. Marta Łysek - dziennikarka i teolog, pisarka i blogerka zauważa: „Jeszcze niedawno ich tutaj nie było, ale z miesiąca na miesiąc księżowskich kont na TikTok'u robi się coraz więcej. I coraz większe robią zasięgi. Świetnie się odnaleźli w możliwościach, które stwarza platforma społecznościowa dla młodych – TikTok, jako ewangelizatorzy. Dodajmy: na razie bardzo nieliczni”⁷⁶⁵. Tymczasem patrząc na wyniki

⁷⁶² „Annuario statistico Ecclesiae in Polonia. Dane za rok 2020” (Warszawa, 2021), 11, <https://www.iskk.pl/images/stories/Instytut/dokumenty/annuario-statisticum-ecclesiae-in-polonia-dane-za-rok-2020.pdf>.

⁷⁶³ Największa liczba księży niekorzystających z SM, bo aż 41.66% mieści się w przedziale wiekowym 51 – 60.

⁷⁶⁴ ps, „Rośnie popularność TikToka. Liczba instalacji przekroczyła 3 miliardy”, wirtualnemedi.pl, 15 lipiec 2021, <https://www.wirtualnemedi.pl/artykul/rosnie-popularnosc-tiktoka-liczba-instalacji-przekroczylo-3-miliardy-dlaczego>.

⁷⁶⁵ M. Łysek, „Tańczą, modlą się, dyskutują i robią zasięgi. Kim są księża, którzy podbijają TikToka?”, deon.pl, 1 luty 2022, <https://deon.pl/wiara/wiara-i-spoleczenstwo/tancza-modla-sie-dyskutuja-i-robia-zasiegi-kim-sa-ksieza-ktorzy-podbijaja-tiktoka,1840604>.

badań można powiedzieć, że respondenci niechętnie korzystający z TikTok'a w jakimś sensie „nie nadążają” za rozwojem *social mediów*.

Respondenci wskazali, że największe zainteresowanie budzą w nich treści religijne, dalej społeczne, naukowe. W większości wskazali, że w obszarze ich zainteresowań znajdują się serwisy kościelne papieża, diecezji, parafii, grup i stowarzyszeń. Jak wspomniano przy omawianiu wyników badań część osób wskazała, że obserwuje konto biskupa diecezjalnego, które faktycznie nie istnieje. Mimo to należy zwrócić uwagę na liczbę respondentów, którzy nie są zainteresowani treściami publikowanymi w SM dotyczącymi życia Kościoła. Aż 36% respondentów nie obserwuje profilu papieża, 10% nie obserwuje profilu diecezji, 14% nie obserwuje profili parafii. Można postawić zatem śmiałą tezę, że część ankietowanych korzystających z SM nie jest zainteresowanych życiem Kościoła powszechnego czy lokalnego – a przecież są to osoby odpowiedzialne za ewangelizację. Autor w tym miejscu nie chce oceniać takiej postawy, ale zdecydowanie należy ją poddać refleksji w szerszym gronie, zwłaszcza przez osoby odpowiedzialne za formację stałą zarówno kapłanów jak i katechetów.

Respondenci w pytaniu o tworzenie treści w SM w większości wskazali, że są raczej odbiorcami, to znaczy obserwują, czytają, oglądają publikowane przez innych materiały. Jednocześnie większość ankietowanych (zarówno twórców jak i odbiorców treści) wskazała, że SM mogą stanowić narzędzie ewangelizacyjne. Oznacza to, że sami korzystają z treści ewangelizacyjnych, są ewangelizowani, natomiast nie podejmują działań w tym zakresie. Zestawiając tę informację z odpowiedziami na pytanie o częstotliwość korzystania z SM (większość odpowiedziała, że czyni to kilka razy dziennie) można powiedzieć, że przestrzeń SM jest ogromnym, ale nie wykorzystanym miejscem, gdzie można mówić, głosić, przekazywać Dobrą Nowinę. Samoistnie nasuwa się pytanie o przyczynę takiego stanu rzeczy. Być może jest to brak umiejętności, być może jest to swego rodzaju obawa przed „pokazaniem się”, być może jest to zwyczajna niechęć. Konieczne jest dalsze szukanie odpowiedzi w tym zakresie.

Interakcje jak polubienia, komentarze, udostępnienia, dyskusje pozwalają budować społeczność, włączają w przestrzeń tworzoną przez użytkowników SM, pomagają nawiązywać relacje, dają przestrzeń do zabierania głosu, także jeśli chodzi o przekazywanie orędzia Ewangelii. Pośród zachodzących interakcji najczęściej dotyczy postów publikowanych przez znajomych badanych. Kolejną grupą były te dotyczące

życia Kościoła powszechnego i lokalnego, zdecydowanie mniejszym zainteresowaniem cieszyły się treści związane z tematyką katechetyczną i ewangelizacyjną. By uszczegółowić i lepiej zbadać podejmowane interakcje zapytano ankietowanych o komentowanie postów i włączanie się w dyskusje. Temat ten wiąże się bezpośrednio z zagadnieniem komentarzy, które publikują inni użytkownicy SM przy treściach pojawiających się na profilach i kontach ankietowanych. Komentarze takie zazwyczaj są pozytywne i dotyczą bezpośrednio opublikowanych treści, w większości nie są moderowane, to znaczy nie jest wymagane zatwierdzenie przed ich pojawieniem się. Badając zagadnienie komentarzy okazało się, że użytkownicy, zarówno twórcy jak i odbiorcy treści, sporadycznie komentują czy podejmują dyskusje. Zainteresowania w tym obszarze nie budzą wydarzenia społeczne jak i kościelne. Śmiało można powiedzieć, że jest to istotny brak obecności. Należy podkreślić, że brak wyraźnego głosu w tym obszarze ze strony ludzi Kościoła nie wpływa korzystanie na głoszenie orędzia Dobrej Nowiny, zaś sami zainteresowani spychani są na swoisty margines.

W badaniu poprzez pytania filtrujące podzielono respondentów na grupy odbiorców i nadawców – twórców treści. Grupa nadawców stanowiła 38.8% ankietowanych. Zapytano o prowadzenie różnego rodzaju profili, stron czy kanałów o tematyce ewangelizacyjnej. Niecałe 40% potwierdziło podejmowanie tego typu aktywności. Zdecydowanie mniejsza grupa prowadzi strony www o treści ewangelizacyjnej (zaledwie 23,5%). Brak działań w tym zakresie nie przekreśla twórców treści jako ewangelizatorów. Mogą bowiem posługiwać się swoimi prywatnymi kontami czy profilami bez konieczności tworzenia „specjalnych” stron. W związku z tym zapytano ankietowanych o treści jakie ogólnie są przez nich publikowane. Zdecydowana większość wskazała, że dotyczą one tematyki religijnej. Pośród poruszanych tematów o charakterze religijnym gros dotyczyła problematyki wiary – co jest szerokim wachlarzem różnych zagadnień. Zdecydowana większość twórców wskazała, że publikuje materiały ewangelizacyjne. W tym miejscu należało zapytać o szczegółowe zagadnienia w publikowanych materiałach, dlatego zadano pytania o prezentowanie treści związanych z nauką Kościoła. Różnie rozkładały się akcenty. Niektóre tematy jak moralność chrześcijańska czy troska o ubogich budziły większe zainteresowanie, inne jak zasady Katolickiej Nauki Społecznej mniejsze. Ankietowani wskazali, że tematyka biblijna jest przez nich poruszana – jednakże nie jest to wiodący temat. Pośród różnego

rodzaju udostępnień ankietowani zamieszczali w formie „linku” informacje o wydarzeniach diecezjalnych (najczęściej dotyczyły pielgrzymek, spotkań młodzieży, rekolekcji), oraz odnośniki do stron związanych z tematyką religijną. Twórcy treści docierają z publikowanymi przez siebie materiałami najczęściej do osób dorosłych. Mniej niż połowa ankietowanych posługuje się formą „InstaStory”, w których najczęściej publikuje materiały osobiste i związane ze spotkaniami duszpasterskimi.

W pytaniach otwartych ankietowani wskazali, że SM mogą być narzędziem ewangelizacyjnym, przez które można łatwiej dotrzeć z orędziem Ewangelii, ułatwiają komunikację i przekaz ważnych informacji. Wśród niebezpieczeństw związanych z korzystaniem z SM respondenci wskazywali zbytne angażowanie się w życie wirtualne, które może odbić się negatywnie na pracy w „realu”. Podkreślano także próbę promocji głównie własnej osoby i kreowanie siebie na „gwiazdę”. Wspomniano także o niedojrzałości kapłanów, która może stawać się przyczyną zgorzenia. W wolnych wnioskach poruszano ogólne zagadnienia dotyczące obecności Kościoła w sieci i posługi kapłanów.

By rzucić światło na powyższe analizy powiedziec należy, że pierwszym miejscem spotkania nowej ewangelizacji i nowych mediów jest człowiek. Wirtualna przestrzeń generowana przez użytkowników *social mediów* to miejsce, gdzie spotykają się prawdziwi ludzie. Statystyki liczby użytkowników poszczególnych mediów społecznościowych są także potwierdzeniem potrzeby interkomunikacji, nawiązywaniem i pielęgnowaniem relacji międzyosobowych w życiu społecznym⁷⁶⁶. Według raportu *Spoleczeństwo informacyjne w Polsce* przygotowanego przez Główny Urząd Statystyczny dostęp do Internetu w 2021 r. w gospodarstwach domowych wynosił 92,4%. Jest to wzrost o 2% w stosunku do roku poprzedniego⁷⁶⁷. Według raportu *Social media w Polsce 2021 – nowy raport* z mediów społecznościowych korzysta 25,9 mln osób,

⁷⁶⁶ M. Chmielewski, „Ewangelizacyjna misja Kościoła a social media”, *Studia Leopoliensia*, nr 10 (2017): 196.

⁷⁶⁷ Główny Urząd Statystyczny, „Spoleczeństwo informacyjne w Polsce w 2021 r.”, 14 listopad 2021, <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/nauka-i-technika-spoleczenstwo-informacyjne/spoleczenstwo-informacyjne/spoleczenstwo-informacyjne-w-polsce-w-2021-roku,2,11.html>.

a to zdecydowanie więcej niż połowa (68.5%) populacji naszego kraju⁷⁶⁸. Zatem cyfrowy kontynent – jak naucza Franciszek – nie jest tylko „po prostu technologią, ale tworzą go realni ludzie oraz to, co mają w swoim wnętrzu: własne nadzieje, własne cierpienie, własne lęki, poszukiwanie prawdy, piękna i dobra”⁷⁶⁹.

Drugim obszarem spotkania nowej ewangelizacji i mediów jest wspólnota. Drzewiecki mówi, że zadaniem tej nowej, medialnej ewangelizacji jest budowanie prawdziwych wspólnot w *social mediach*⁷⁷⁰. W tym miejscu zatarciu ulega granica pomiędzy światem wirtualnym a realnym. Spotkania duszpasterza z osobą poszukującą odpowiedzi na najważniejsze pytania są spotkaniami prawdziwymi, realnymi, choć niepełnymi. Brakuje w nich fizycznej obecności uczestników spotkania. Dlatego warunkiem nieodzownym doprowadzenia osoby czy też grupy osób do spotkania z Chrystusem jest kontynuacja spotkania w rzeczywistej wspólnocie niewirtualnej⁷⁷¹.

Trzecim punktem stycznym *social mediów* i nowej ewangelizacji jest komunikacja i wspólne tworzenie nowych treści. Użytkownicy mediów społecznościowych jak zauważa Chmielewski „są nastawieni na rozmowę, a nie tylko bierny odbiór informacji. Zarówno osoby, jak i instytucje zapraszają do wejścia z nimi w interkomunikację. Dzięki nowym mediom komunikacja przestała być jednokierunkowa. Współczesne technologie dają możliwość dzielenia się niemal w jednym momencie tym, co ich użytkownicy czytają, oglądają lub słuchają. Dzięki tej

⁷⁶⁸ „Social Media w Polsce 2021 – nowy raport”, empemedia.pl, 4 marzec 2021, <https://empemedia.pl/social-media-w-polsce-2021-nowy-raport/>.

⁷⁶⁹ Franciszek, „Przemówienie Ojca Świętego na audienji dla uczestników Zgromadzenia Plenarnego Papieskiej Rady ds. Środków Społecznego Przekazu”, 21 wrzesień 2013, https://www.vatican.va/content/francesco/pl/speeches/2013/september/documents/papa-francesco_20130921_plenaria-pccs.html.

⁷⁷⁰ P. Drzewiecki, „Kto jest moim bliźnim w wirtualnym świecie? Teologia społeczności sieciowych w orędziach Benedykta XVI na Światowe Dni Środków Społecznego Przekazu”, *Łódzkie Studia Teologiczne*, nr 20 (2011): 61.

⁷⁷¹ Chmielewski, „Ewangelizacyjna misja Kościoła a social media”, 2017, 197.

interakcji pozostali «mieszkańcy» wirtualnego świata uzyskują informacje o sobie: kim są, jakie wartości uznają za swoje, w co wierzą⁷⁷².

Mając na uwadze przeprowadzone analizy badań w kontekście powyższych rozważań stwierdzić należy, że choć potencjał *social mediów* opisany w rozdziale II jest dostrzegany, co wynika z przeprowadzonych badań, to jednak nie jest on w pełni wykorzystywany. Szczegółowe wnioski prezentują się następująco.

- a) Obecność instytucji diecezjalnych w SM to właściwie strona diecezji na FB, Zamojska Szkoła Ewangelizacji i Katolickie Radio Zamość. Pozostałe omawiane w niniejszej pracy instytucje publikują treści sporadycznie i niesystematycznie. Kanał YT diecezji jest zbyt rzadko aktualizowany. Brakuje filmów prezentujących poszczególne parafie, czy też filmów w formie cyklicznych katechez, konferencji, ogólnie materiałów ewangelizacyjnych, w których użytkownik mógłby szukać odpowiedzi na rodzące się w nim pytania dotyczące wiary. Trzy filmy na kanale YT diecezji noszą znamiona łamania praw autorskich.
- b) Brak częstych publikacji chociażby ze strony Caritas sprawia, że nie nawiązywane są relacje z użytkownikami, odbiorcy podchodzą obojętnie do publikowanych treści o czym świadczy mała liczba interakcji („polubień”, komentarzy) a więc dochodzi do marginalizowania publikowanych treści nawet wtedy, gdy są wartościowe. W takim wypadku trudno mówić o tworzeniu wspólnoty.
- c) W SM diecezji zamojsko-lubaczowskiej brakuj konta biskupa diecezjalnego. Obecność pasterza w przestrzeni mediów społecznościowych pozytywnie wpływa na odbiór całego Kościoła. Wierni chcą widzieć swojego biskupa⁷⁷³.
- d) Zbyt mało osób – ewangelizatorów czynnie angażuje się w przekaz wiary poprzez SM. Ponad połowa ankietowanych jest tylko odbiorcami treści. Tym samym nie następuje spotkanie z drugim człowiekiem, a zatem nie ma prowadzenia do spotkania z Chrystusem. Pewna grupa ewangelizatorów

⁷⁷² Chmielewski, 198.

⁷⁷³ Świadczy może o tym chociażby liczba obserwujących profil bpa. Marka Solarczyka na FB – 48 tyś. (stan z 17.02.2022.). <https://www.facebook.com/bpmsolarczyk>

faktycznie angażuje się w głoszenie orędzia Dobrej Nowiny⁷⁷⁴ jednak wydaje się, że niewystarczające jest zaangażowanie całego potencjału osób odpowiedzialnych za ewangelizację.

- e) Część duchownych publikuje w SM materiały niewłaściwe, mogące stawać się źródłem zgorszenia czy też wprowadzaniem zamętu w postrzeganiu Kościoła⁷⁷⁵.
- f) Część użytkowników SM – ewangelizatorów, nie jest zainteresowana tematami związanymi z wiarą.
- g) Użytkownicy SM – ewangelizatorzy nie podejmują dyskusji i dialogów na forach, grupach, czy poprzez komentarze. Tym samym znowu nie dochodzi do spotkania człowieka z człowiekiem co wyklucza prowadzenie do Chrystusa. Brak dyskusji jednocześnie uniemożliwia wsłuchanie się w głos ludzi, którzy poszukują Boga.

Celem prowadzonych badań było sprawdzenie hipotezy mówiącej, że w diecezji zamojsko-lubaczowskiej *social media* wykorzystywane są jako narzędzia ewangelizacyjne. Podsumowując zebrane wnioski należy stwierdzić, że hipoteza okazała się prawdziwa tylko częściowo.

4.2. Dobre praktyki i rekomendacje

Niniejsza praca mogłaby być odczytana jako niepełna, co oznaczałoby niezrealizowanie celów, gdyby zabrakło w niej rekomendacji dotyczącej wykorzystania

⁷⁷⁴ Przykłady zostały przywołane przy omawianiu materiału medialnego.

⁷⁷⁵ Wnioski wysnute na podstawie odpowiedzi udzielonych przez ankietowanych w pytaniach otwartych. Niektórzy duchowni w czasie trwania epidemii otrzymali zakaz wypowiedzi w mediach społecznościowych. „Wywiad z biskupem zamojsko-lubaczowskim Marianem Rojkiem. Ewangelizacja a social media [Biskup Marian Rojek w rozmowie z księdzem Wojciechem Suchowierzem]”, 117.

mediów społecznościowych jako narzędzi ewangelizacyjnych w diecezji zamojsko-lubaczowskiej. Dlatego ostatnią częścią niniejszego rozdziału są właśnie wskazania do podejmowanych działań ewangelizacyjnych.

Dokonując analizy zebranego materiału badawczego zauważyć należy dobre praktyki jakie podejmowane są przez ewangelizatorów diecezji zamojsko-lubaczowskiej w przestrzeni *social mediów*. Jest to ważne, gdyż omawiane działania mogą stawać się wzorem i punktem odniesienia dla innych ewangelizatorów.

Pośród działań określanych jako dobre praktyki należy przywołać aktywność w SM ks. Piotra Spiry, którego konto w serwisie Facebook było omawiane podczas analizy materiału medialnego. Codzienne publikacje nowych postów zawierają odniesienia do Słowa Bożego czy aktualnego okresu liturgicznego. Jednocześnie uwzględniają bieżące wydarzenia społeczne. Podejmowane przez ks. Spyrę dyskusje w komentarzach cechują się wnikliwością i umiejętnością obrony własnych wartości. Publikowane przez niego treści zawsze zawierają stosowną grafikę. O wartości działań podejmowanych przez ks. Spyrę świadczą liczne interakcje użytkowników.

Mówiąc o dobrych praktykach wskazać należy działania ks. Sławomira Korony. Publikuje on rozważania zatytułowane *Ewangelia przed kawą*. Prezentowane treści mają formę homilii. |Jest to codzienne „karmienie Słowem Bożym” użytkowników SM. Ks. Korona prowadzi także transmisję online modlitw. Należy docenić te działania, bowiem użytkownicy SM, co zostało wykazane we wcześniejszej części pracy, chętnie korzystają z takiej formy obecności kapłanów – ewangelizatorów i jednocześnie czynnie się angażują podejmując interakcje.

Powiedzieć także trzeba o obecności w przestrzeni SM strony – *ekatecheta* – prowadzonej przez ks. Wojciecha Suchowierza. Strona www oraz strona na FB prezentuje materiały pomocnicze dla katechezy szkolnej. Materiały w formie prezentacji interaktywnych ze swego założenia mają służyć pomocą katechecie, jednakże dostępne są dla wszystkich użytkowników. Dzięki temu każdy może poznać treści, które znajdują się w obszarze jego religijnego zainteresowania w sposób przystępny i ciekawy.

Jak wspomniano wyżej przywołane dobre praktyki mogą stawać się wzorem dla działań ewangelizatorów diecezji zamojsko-lubaczowskiej w przestrzeni SM. Różnorodność wspomnianych aktywności może pomóc innym ewangelizatorom odkryć „swoje miejsce” w mediach społecznościowych. Jednocześnie wspomniane dobre

praktyki stają się swego rodzaju wezwaniem do naśladowania i do osobistego zaangażowania wszystkich odpowiedzialnych za ewangelizację.

Istotną podstawą do sformułowania dalszych rekomendacji stał się raport *Komunikacja instytucjonalna Kościoła* przygotowanego przez zespół ekspertów Akademii Nowoczesnych Mediów i Komunikacji Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego Jana Pawła II⁷⁷⁶. Raport został przygotowany na prośbę Sekretariatu Konferencji Episkopatu Polski. Jego celem było udzielenie odpowiedzi na pytania: jakie są dobre praktyki i niedoskonałości obecnie funkcjonujących struktur odpowiadających za komunikację instytucjonalną Kościoła katolickiego? Jaką rolę pełni strategia w komunikacji instytucjonalnej Kościoła katolickiego? Jak agendy odpowiedzialne za komunikację instytucjonalną Kościoła katolickiego radzą sobie w sytuacjach kryzysowych? Jaką rolę w życiu człowieka i społeczeństwa pełni informacja oraz media, które są jej nośnikami?⁷⁷⁷.

Poznawszy stan faktyczny działalności ewangelizacyjnej w diecezji zamojsko-lubaczowskiej i sięgając do wspomnianego raportu autor zaproponował następujące rekomendacje:

- a) Niezbędne jest uwrażliwianie osób duchownych i katechetów na to, że głos w mediach niejednokrotnie jest traktowany jako głos całego Kościoła, nawet jeśli jest zabierany w nieoficjalnych wypowiedziach. Przekaz medialny jest przekazem ogólnoswiatowym (globalna wioska) i dociera do rzeszy odbiorców w bardzo krótkim czasie⁷⁷⁸.

⁷⁷⁶ „Komunikacja instytucjonalna Kościoła katolickiego. Raport z badań wstępnych zespołu ekspertów Akademii Nowoczesnych Mediów i Komunikacji Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego Jana Pawła II”, 2021.

⁷⁷⁷ „Komunikacja instytucjonalna Kościoła katolickiego. Raport z badań wstępnych zespołu ekspertów Akademii Nowoczesnych Mediów i Komunikacji Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego Jana Pawła II”, 3.

⁷⁷⁸ „Komunikacja instytucjonalna Kościoła katolickiego. Raport z badań wstępnych zespołu ekspertów Akademii Nowoczesnych Mediów i Komunikacji Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego Jana Pawła II”, 2021, 52.

- b) Należy dbać o właściwy wizerunek Kościoła w *social mediach*. Informacja jest, jak to zostało uwypuklone w rozdziale II „łagodną siłą”. Jej wpływ ma swój wyraźny udział w kształtowaniu społeczeństwa informacyjnego. Koniecznym jest zatem by informacja pojawiająca się w przestrzeni SM diecezji czy ewangelizatorów wpływała w sposób pozytywny na odbiór Kościoła i jego przesłania.
- c) Autorzy raportu wskazują na konieczność istnienia profesjonalnego centrum medialnego KEP, ale także profesjonalnych diecezjalnych mediów⁷⁷⁹. Media tradycyjne w diecezji zamojsko-lubaczowskiej skutecznie wypełniają swoją misję. Dotyczy to zwłaszcza Katolickiego Radia Zamość. W diecezji funkcjonuje także Edycja zamojska Tygodnika Niedziela, choć co pokazuje praktyka, wierni sięgają po tenże coraz rzadziej⁷⁸⁰. Niemniej słusznym wydaje się powołanie agendy medialnej (nowych mediów) skupiającej w sobie różne dzieła ewangelizacyjne (eParafia). Wspomniana agenda medialna powinna scalać treści ewangelizacyjne dotychczas rozproszone. W tym miejscu wskazać należy na niezbędność profesjonalnych pracowników, którzy będą koordynować wszystkie podejmowane działania. Istotnym jest by nie była to jedna osoba co raczej zespół współpracowników. Członkowie zaproponowanego zespołu wykorzystując swoje talenty oraz charyzmaty powinni budować środowisko – przestrzeń w Internecie, w której mogliby się odnaleźć poszukujący Boga a także ci, którzy pragną ugruntować swoją wiarę przez konferencje, kierowane medytacje, modlitwę czy też lekturę. W proponowanym środowisku cybernetycznym powinno znaleźć się także miejsce do publikowania materiałów pomocniczych służących ewangelizacji – katechezy interaktywne, konspekty, itp. Mówiąc o powołaniu centrum medialnego można zaproponować dość śmiałą tezę mianowania kapelana internetowego.

⁷⁷⁹ „Komunikacja instytucjonalna Kościoła katolickiego. Raport z badań wstępnych zespołu ekspertów Akademii Nowoczesnych Mediów i Komunikacji Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego Jana Pawła II”, 52.

⁷⁸⁰ Wniosek wysnuty z doświadczenia pracy parafialnej autora oraz innych księży.

- d) Jak wspomniano konieczne jest by w dziele ewangelizacji brały udział osoby profesjonalne, rozumiejące potencjał i siłę mediów społecznościowych mające wykształcenie z zakresu teologii, ale też medioznawstwa. Osoby takie to nie tylko duchowni, ale też wierni świeccy. Konieczną cechą takich ewangelizatorów jest otwartość na dialog, umiejętność obrony własnych wartości, zdolność nawiązywania relacji. Najnowsze prace badawcze pokazują, że jest to możliwe. Badania wykazały, że w przestrzeni polskiego YT istnieją katolicy, profesjonalni influencerzy, którzy nie starają się być celebrytami, ale służą odbiorcy poprzez swoje programy, pokazują, co to znaczy „żyć Ewangelią”⁷⁸¹.
- e) Mówiąc o nowej diecezjalnej agendzie medialnej wskazać należy powstanie i rozwój diecezjalnej telewizji internetowej. Pewną jej namiastkę można odnaleźć w najnowszych filmach publikowanych na kanale KRZ w serwisie YT⁷⁸². Treścią publikowanych materiałów powinny być konferencje, homilie, komentarze biskupa diecezjalnego i biskupa pomocniczego, ale także filmy promujące np. poszczególne parafie, relacje z życia diecezji. Wskazać należy, że takie filmy powinny być przygotowane w sposób profesjonalny.
- f) Powołując się na przeprowadzone badania oraz proponowane wnioski płynące z *Raportu* podkreślić należy wagę edukacji medialnej wśród duchowieństwa i katechetów świeckich⁷⁸³. Edukację medialną można definiować jako wychowanie do korzystania z mediów⁷⁸⁴. Zdaniem Drzewieckiego takie ujęcie można określać jako ujęcie humanistyczne. Podkreśla się w nim podmiotową rolę odbiorcy. Również odbiorca staje się głównym podmiotem kształcenia. Drzewiecki odróżnia je od podejścia technologicznego, w którym

⁷⁸¹ Wyrostkiewicz, Sosnowska, i Wójciszyn-Wasil, „The Catholic influencer as a challenge for spiritual leadership in the age of social media”, 91–92.

⁷⁸² Katolickie Radio Zamość, *Muzyczne Retrospekcje*.

⁷⁸³ „Komunikacja instytucjonalna Kościoła katolickiego. Raport z badań wstępnych zespołu ekspertów Akademii Nowoczesnych Mediów i Komunikacji Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego Jana Pawła II”, 2021, 52.

⁷⁸⁴ P. Drzewiecki, *Edukacja medialna a nauczanie religii w szkole* (Warszawa, 2013), 27.

najistotniejszą rolę odgrywa umiejętność posługiwania się techniką medialną. Na taką potrzebę wskazuje fakt, że spośród pytań otwartych badania ankietowego respondenci wskazywali wielokrotnie wartość *social mediów*, ale częściej wyrażali różnego rodzaju obawy, brak zaufania, czy też niezrozumienie a nawet wskazywali na brak potrzeby korzystania ze zdobyczy rozwoju ludzkości w głoszeniu Chrystusa. Pokazuje to, że edukacja medialna wśród odpowiedzialnych za ewangelizację jest czymś niezbędnym i nie można jej pomijać. Zagadnienie to może być podejmowane chociażby w czasie różnego rodzaju spotkań formacyjnych czy też konferencji metodycznych.

- g) Proponowana edukacja medialna powinna zostać ujęta w formacji seminaryjnej. Co prawda biskup Marian Rojek z ufnością zakłada, że klerycy – studenci w seminariach duchownych w ramach całościowego przygotowania formacyjnego do kapłaństwa mają stosowne wykłady i ćwiczenia w tym zakresie⁷⁸⁵, to jednak jak zauważa Kusiak „w seminariach brakuje przedmiotu, który przygotowywałby przyszłych kapłanów do odpowiedzialnego poruszania się w sieci i wykorzystywania jej do ewangelizacji”⁷⁸⁶.
- h) Podobnie jak autorzy *Raportu* wskazują na potrzebę systematycznego prowadzenia stron internetowych przez diecezje i parafie⁷⁸⁷, tak wydaje się słusznym rozszerzenie tego postulatu o *social media*.
- i) Koniecznym jest dbanie o duszpasterstwo powołaniowe w kontekście SM. Istotnym jest w tym przypadku świadectwo księży udzielających się w SM.

⁷⁸⁵ „Wywiad z biskupem zamojsko-lubaczowskim Marianem Rojkiem. Ewangelizacja a social media [Biskup Marian Rojek w rozmowie z księdzem Wojciechem Suchowierzem]”, 121.

⁷⁸⁶ R. Kusiak, „Sieć społecznościowa szansą i zagrożeniem dla rozwoju duchowego człowieka?”, *Biuletyn Edukacji Medialnej*, nr 1 (2019): 72.

⁷⁸⁷ „Komunikacja instytucjonalna Kościoła katolickiego. Raport z badań wstępnych zespołu ekspertów Akademii Nowoczesnych Mediów i Komunikacji Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego Jana Pawła II”, 2021, 53.

Zakończenie

Ewangelizacja jest ciągle zadaniem, które Chrystus zostawił Kościołowi do realizacji. Wypełnianie jej należy do istoty bosko-ludzkiej wspólnoty eklezjalnej. Aby to zadanie zostało skutecznie wykonane, tzn. aby człowiek usłyszał prawdę o Bogu i przyjął ją, a w konsekwencji wszedł z Nim w osobiste relacje, Kościół musi używać odpowiednich narzędzi, które będą dostosowane do możliwości i potrzeb człowieka, któremu Ewangelia jest głoszona. We współczesnym świecie niewątpliwie takimi narzędziami są media społecznościowe. One – jak wykazano w rozprawie – stanowią szczególną przestrzeń spotkania ludzi i przekazu informacji; z nich korzysta bardzo wiele osób. Nie jest przesadą stwierdzenie, że obecność jakiegoś tematu w *social mediach* jest ważną drogą upowszechniania go. Patrząc zaś na to z innej strony można dojść do wniosku, że nieobecność ewangelizatorów w mediach społecznościowych może jawić się jako zaniedbanie obowiązku głoszenia Ewangelii.

Powyższe przekonanie stało się inspiracją do podjęcia badań naukowych, które zaowocowały rozprawą zatytułowaną „*Social media* jako narzędzie ewangelizacyjne w diecezji zamojsko-lubaczowskiej”. Jej celem stało się uzyskanie odpowiedzi na pytanie o to, w jaki sposób partykularny Kościół Zamojsko-Lubaczowski wykorzystuje media społecznościowe do działalności ewangelizacyjnej. Cel ten został zrealizowany dzięki odpowiedniemu doborowi materiału badawczego (źródeł i opracowań) oraz metod

badawczych należących do dwóch obszarów badawczych: nauk teologicznych i nauk o mediach i komunikacji społecznej. W ten sposób badania i rozprawa zyskały charakter interdyscyplinarny.

Odpowiedź na postawione wyżej pytanie została udzielona bardzo szeroko. Jest szczegółowo „rozpisana” w czterech rozdziałach.

Tożsamość i misja Kościoła powszechnego oraz miejsce w Nim i zadania Jego specyficznie autonomicznej części stanowiącej diecezję ukazane są w rozdziale pierwszym, który można nazwać eklezjalno-ewangelizacyjnym. Tutaj mocno podkreślana jest kwestia wspólnoty i prawdy. Te dwa zagadnienia stanowią słowa kluczowe pierwszego rozdziału. Zrozumienie tożsamości Kościoła oraz tego, czym jest ewangelizacja i dlaczego jest tak ważna dla wspólnoty eklezjalnej, to niezbędny fundament do podjęcia pogłębionej refleksji dotyczącej szczegółowych zagadnień związanych z ewangelizowaniem za pomocą mediów społecznościowych.

O informacji i mediach w życiu współczesnego człowieka i społeczeństw mówi drugi rozdział, który można określić jako informacyjno-medialny. Ukazany jest w nim świat, w którym przychodzi działać Kościołowi Zamojsko-Lubaczowskiemu. Z tego rozdziału można się dowiedzieć między innymi, dlaczego człowiek jest „skazany” na obcowanie z informacją oraz jakie znaczenie ma ona dla niego. To informacja jest nośnikiem każdej prawdy – także Prawdy, którą jest Bóg. Tak więc to umiejętne operowanie informacją jawi się jako fundament działań ewangelizacyjnych. To stwierdzenie stanowi jedną z wielu oryginalnych tez niniejszej dysertacji. Dzisiejszy świat określany jest mianem zmediatyzowanego. Oznacza to, że media odgrywają w nim wielką rolę. O tym, dlaczego tak jest również jest mowa w rozdziale informacyjno-medialnym. W szczegółach omówione są media społecznościowe, które stanowią podstawową przestrzeń badawczą opisywanych tu eksploracji.

W rozdziale trzecim, który można nazwać empirycznym, zaprezentowane są narzędzia służące do pozyskiwania danych. Tutaj także są opisane i zwizualizowane efekty analiz pozyskanych danych.

Czwarty jest syntetycznym podsumowaniem i zebraniem wniosków wynikających z zestawienia teoretycznych założeń dotyczących Kościoła i świata z praktyką ewangelizacyjną w badanej diecezji.

Powyższe informacje pozwalają dostrzec problematykę rozprawy i jej oryginalność.

Warto podkreślić fakt, że dotychczas w Polsce nikt nie badał tak kompleksowo *social mediów* w konkretnej diecezji i zaangażowania ewangelizatorów przy użyciu mediów społecznościowych. Znane są studia Józefa Klocha opublikowane w 2013 r., który wśród użytkowników Internetu przeprowadził badania empiryczne pod kątem wykorzystania Sieci w wersji 2.0 w praktyce eklezjalnej⁷⁸⁸. Znane są także studia Grzegorza Umińskiego opublikowane w 2017 r., który przeprowadził badania dotyczące wykorzystania diecezjalnych stron WWW w działalności ewangelizacyjnej⁷⁸⁹. Wyniki tych poszukiwań naukowych w dużym stopniu stały się inspiracją do przyjrzenia się w węższej perspektywie możliwościom jakie dają *social media* w zakresie nowej ewangelizacji. Niniejsza praca uzupełnia wspomnianą wcześniej lukę badawczą.

W aktualnej dostępnej literaturze naukowej brakuje wciąż opracowań ujmujących w sposób kompleksowy problematykę wykorzystywania narzędzi przestrzeni wirtualnej, zwłaszcza *social mediów* do prowadzenia za ich pomocą ewangelizacji. Brakuje prac, które mogłyby przyczynić się do większego zrozumienia istoty działania mediów, bez czego utrudnione staje się zaadoptowanie ich do działalności ewangelizacyjnej. Poszczególne kwestie, istotne dla tematyki niniejszej dysertacji zawarte są w dokumentach Kościoła, opracowaniach, analizach i wynikach badań znawców tematu tak z dziedziny edukacji medialnej, pedagogiki, mediów, socjologii religii, teologii moralnej jak i komunikacji społecznej. Literaturę przedmiotu stanowiły prace poświęcone nowej ewangelizacji, Internetowi i środkom społecznego przekazu. Na podkreślenie zasługują prace następujących autorów: Stanisław Dyk, Grzegorz Umiński, Michał Wyrostkiewicz. Deficyt opracowań ujmujących integralnie temat wykorzystania *social mediów* w dziele nowej ewangelizacji stał się dla autora wyzwaniem do podjęcia badań, których efektem jest niniejsza dysertacja.

⁷⁸⁸ J. Kloch, *Kościół w Polsce wobec Web 2.0* (Kielce, 2013).

⁷⁸⁹ Umiński, *Diecezjalne www w Polsce a nowa ewangelizacja. Poszukiwania teologiczno-medioznawcze.*, 2017.

Bibliografia

1. Źródła

1.1. Źródła empiryczne

1.1.1. Wywiad i ankiety

„Wywiad z biskupem zamojsko-lubaczowskim Marianem Rojkiem. Ewangelizacja a social media [Biskup Marian Rojek w rozmowie z księdzem Wojciechem Suchowierzem]”. *Zamojski Informator Diecezjalny* XXX, nr 1 (2021): 114–22.

Kwestionariusze wypełnionych ankiet [w posiadaniu autora – wzór w aneksie]

1.1.2. Materiał medialny

„Caritas Diecezji Zamojsko-Lubaczowskiej”. Dostęp 14 marzec 2022.

<https://caritas.zamojskolubaczowska.pl/>.

„Exodus młodych”. Dostęp 14 marzec 2022. <https://exodusmlodych.pl/>.

„Katolickie Radio Zamość”. Dostęp 14 marzec 2022. <https://www.radiozamosc.pl/>.

„Zamojska Szkoła Ewangelizacji”. Dostęp 14 marzec 2022. <https://www.zse.info/>.

@CaritasZamosc. „Caritas Diecezji Zamojsko-Lubaczowskiej”. Facebook.

Dostęp 14 marzec 2022. <https://www.facebook.com/CaritasZamosc>.

- @diecezja_zamosc. „Diecezja Zamojsko-Lubaczowska”. Twitter.
Dostęp 14 marzec 2022. https://twitter.com/diecezja_zamosc.
- @DiecezjaZamosc. „Diecezja Zamojsko-Lubaczowska”. Facebook.
Dostęp 14 marzec 2022. <https://www.facebook.com/DiecezjaZamosc>.
- @exodusmlodych. „Exodus Młodych”. Facebook, 14 marzec 2022.
<https://www.facebook.com/exodusmlodych/>.
- @exodusmlodych. „Exodus Młodych”. Twitter, 14 marzec 2022.
<https://twitter.com/exodusmlodych>.
- @KatolickieRadioZamosc. „Katolickie Radio Zamość”. Facebook.
Dostęp 14 marzec 2022. <https://www.facebook.com/KatolickieRadioZamosc>.
- @ksmzamlub. „Katolickie Stowarzyszenie Młodzieży Diecezji Zamojsko-Lubaczowskiej”. Facebook, 14 marzec 2022.
<https://www.facebook.com/ksmzamlub>.
- @NiedzielaL. „Niedziela Zamojsko-Lubaczowska”. Twitter.
Dostęp 14 marzec 2022. <https://twitter.com/NiedzielaL>.
- @niedzielazamojskolubaczowska. „Niedziela Zamojsko-Lubaczowska”. Facebook.
Dostęp 14 marzec 2022.
<https://www.facebook.com/niedzielazamojskolubaczowska>.
- @oazazamlub. „Ruch Światło-Życie Diecezji Zamojsko-Lubaczowskiej”. Facebook,
14 marzec 2022. <https://www.facebook.com/oazazamlub>.
- @WSDZamLub. „WSD Diecezji Zamojsko-Lubaczowskiej”. Facebook.
Dostęp 14 marzec 2022. <https://www.facebook.com/WSDZamLub>.
- @zamojskaszkołaewangelizacji. „Zamojska Szkoła Ewangelizacji im. bł. Stanisława Kostki Starowieyskiego”. Facebook. Dostęp 14 marzec 2022.
<https://www.facebook.com/zamojskaszkołaewangelizacji>.
- Diecezja Zamojsko-Lubaczowska. „Diecezja Zamojsko-Lubaczowska”. YouTube.
Dostęp 14 marzec 2022. <https://www.youtube.com/c/zamlub>.

- Diecezja Zamojsko-Lubaczowska. *Bp Marian Rojek - jak przeżyć Wielkanoc będąc w domu?*, 2020. https://youtu.be/3_cSSwnKw6A.
- Diecezja Zamojsko-Lubaczowska. *Bp Marian Rojek - Przesłanie świąteczne do kapłanów, osób konsekrowanych i wiernych świeckich*, 2020. <https://youtu.be/kPFzZYwVBOg>.
- Diecezja Zamojsko-Lubaczowska. *Kaplica na wodzie*, 2012. <https://youtu.be/r8VbDqpKp5c>.
- Diecezja Zamojsko-Lubaczowska. *Misterium - Cieszanow 2012*, 2013. <https://youtu.be/N6mal529LIU>.
- Diecezja Zamojsko-Lubaczowska. *Prowadź mnie - II Diecezjalny Koncert Uwielbienia w Zamościu*, 2018. <https://youtu.be/Jdf2Beq-GQc>.
- Diecezja Zamojsko-Lubaczowska. *Sanktuarium w Krasnobrodzie*, 2012. <https://youtu.be/rOh5nUHPHLM>.
- Diecezja Zamojsko-Lubaczowska. *ŚDM – Dni w Diecezji Zamojsko-Lubaczowskiej – rejon zamojski*, 2016. <https://youtu.be/yTOi52xc3nE>.
- Diecezja Zamojsko-Lubaczowska. *Zamość by night...*, 2013. <https://youtu.be/qhOBgoqEAWw>.
- Diecezja Zamojsko-Lubaczowska. *Zaproszenie na uroczystości odpustowe do Krasnobrodu - 1-2 lipca 2019 r.*, 2019. https://youtu.be/Wq32vOp_jMM.
- Diecezja Zamojsko-Lubaczowska. *Życzenia Biskupa Diecezjalnego - Boże Narodzenie 2018*, 2018. <https://youtu.be/rUjSrC8v8ig>.
- Diecezja Zamojsko-Lubaczowska. *Życzenia na Boże Narodzenie 2021 - Biskup Marian Rojek*, 2021. <https://youtu.be/CB3o6b4ylOg>.
- Diecezja Zamojsko-Lubaczowska. *Życzenia Świąteczne - Biskup Marian Rojek - Boże Narodzenie 2020*, 2020. https://youtu.be/-9_hiEZFTPY.
- Exodus Młodych. „Exodus Młodych”. YouTube, 14 marzec 2022. <https://www.youtube.com/user/ExodusMlodych>.

exodusmlodych. „Exodus Młodych”. Instagram, 14 marzec 2022.

<https://www.instagram.com/exodusmlodych/>.

Facebook. „Katolickie Stowarzyszenie Civitas Christiana w Zamościu”, 14 marzec 2022.

<https://www.facebook.com/Katolickie-Stowarzyszenie-Civitas-Christiana-w-Zamo%C5%9Bciu-776663579072866>.

Facebook. „Wspólnota Chrystusa Zmartwychwstałego Galilea Winnica Zamość / SE św.

Marka”, 14 marzec 2022. <https://www.facebook.com/Wsp%C3%B3lnota-Chrystusa-Zmartwychwsta%C5%82ego-Galilea-Winnica-Zamo%C5%9B%C4%87-SE-%C5%9Bw-Marka-100628007160801>.

Instagram. „#diecezjazamojskolubaczowska”. Dostęp 14 marzec 2022.

<https://www.instagram.com/explore/tags/diecezjazamojskolubaczowska/>.

Katolickie Radio Zamość. „Katolickie Radio Zamość”. YouTube. Dostęp 14 marzec

2022. <https://www.youtube.com/c/katolickieradiozamosc1/videos>.

Katolickie Radio Zamość. *25 lecie diecezji zamojsko-lubaczowskiej*, 2017.

<https://youtu.be/Hh6leOO79bM>.

Katolickie Radio Zamość. *Homilia Abp Mieczysława Mokrzyckiego HD*, 2015.

<https://youtu.be/xOkB4f8kYeU>.

Katolickie Radio Zamość. *Irena Santor - Zamojski Dzień Papieski 2016*, 2016.

<https://youtu.be/KQwwnn7UpQo>.

Katolickie Radio Zamość. *Muzyczne Retrospekcje*, 2022. https://youtu.be/nepneR79K_4.

Korona, S. „Sławomir Korona”. Facebook. Dostęp 14 marzec 2022.

<https://www.facebook.com/slawomir.korona>.

niedziela.pl. „Niedziela Zamojsko-Lubaczowska”. Dostęp 14 marzec 2022.

<https://www.niedziela.pl/dzial/63/Niedziela-Zamojsko---Lubaczowska>.

seminariumzamlub. „WSD Zamojsko-Lubaczowskie”. Instagram. Dostęp 14 marzec

2022. <https://www.instagram.com/seminariumzamlub/>.

Spotify. „Exodus Młodych”, 14 marzec 2022.

https://open.spotify.com/artist/3m8CtjelXEbOyNZtQ024kU?si=UPZga7q-RtGyfA-P7JEb-w&fbclid=IwAR3uw_gECNuinnaf4sOFjETKasf54rgUVUP6cLUYY4vpNrHys50dRPO6-d8&nd=1.

Spyra, P. „Piotr Spyra”. Facebook. Dostęp 14 marzec 2022.

<https://www.facebook.com/piotr.spyra>.

Spyra, P. *#Hot16Challenge - Kuria Diecezjalna w Zamościu przeciw koronawirusowi*, 2020. <https://youtu.be/EJfsEMV7398>.

Suchowierz, W. „Blog katechetyczny. Ekatecheta - katecheza interaktywna. Prezentacje genially”. ekatecheta. Dostęp 14 marzec 2022. <https://ekatecheta.blogspot.com/>.

Suchowierz, W. „Ekatecheta - katecheza interaktywna”. Facebook.

Dostęp 14 marzec 2022. <https://www.facebook.com/Ekatecheta-katecheza-interaktywna-114181380463481>.

WSD ZamLub. „WSD ZamLub”. YouTube. Dostęp 14 marzec 2022.

<https://www.youtube.com/channel/UCNH0jRqQUhxSLStkthrfuDA>.

WSD ZamLub. *A może i Ty słyszysz głos powołania? Pójdź za Mną!*, 2019.

<https://youtu.be/K9iIS1j3ZGg>.

WSD ZamLub. *FollowMe #12*, 2021. https://youtu.be/qp5io3L_VxM.

WSD ZamLub. *Święcenie diakonatu Katedra Zamojska 9.05.2020*, 2020.

<https://youtu.be/Vc8gPZT1Tk4>.

1.2. Nauczanie Kościoła

1.2.1. Kościół powszechny

1.2.1.1. Sobór Watykański II

Sobór Watykański II. „Konstytucja dogmatyczna o Kościele «Lumen gentium»”.
W *SW II*, 104–6, 1964.

Sobór Watykański II. „Konstytucja Dogmatyczna o objawieniu Bożym «Dei Verbum»”.
W *SW II*, 350–63, 1965.

Sobór Watykański II. „Konstytucja duszpasterska o Kościele w świecie współczesnym
«Gaudium et spes»”. W *SW II*, 526–606, 1965.

Sobór Watykański II. „Konstytucja o liturgii świętej «Sacrosantum concilium»”.
W *SW II*, 48–78, 1963.

Sobór Watykański II. „Dekret o apostołstwie świeckich «Apostolicam actuositatem»”.
W *SW II*, 377–401, 1965.

Sobór Watykański II. „Dekret o misyjnej działalności Kościoła «Ad gentes divinitus»”.
W *SW II*, 433–71, 1965.

Sobór Watykański II. „Dekret o pasterskich zadaniach biskupów w Kościele «Christus
Dominus»”. W *SW II*, 236–58, 1965.

Sobór Watykański II. „Dekret o posłudze i życiu kapłanów «Presbyterorum ordinis»”.
W *SW II*, 478–508, 1965.

Sobór Watykański II. „Dekret o środkach społecznego przekazu «Inter mirifica»”.
W *SW II*, 87–95, 1963.

Sobór Watykański II. „Deklaracja o wolności religijnej «Dignitatis humanae»”.
W *SW II*, 410–21, 1965.

1.2.1.2. Nauczanie papieży

Grzegorz XVI. *Encyklika „Mirari vos”*. Watykan, 1832.

https://silesia.edu.pl/index.php/Papie%C5%BC_Grzegorz_XVI_-_encyklika_Mirari_vos_z_15_VIII_1832.

Pius IX. *Encyklika „Nostis et nobiscum”*. Watykan, 1849.

https://silesia.edu.pl/index.php/Papie%C5%BC_Pius_IX_-_encyklika_Nostis_et_nobiscum_z_8_XII_1849.

Leon XIII. *Encyklika „Etsi nos”*. Watykan, 1882.

<http://www.vsystem.com.pl/Do%20Soboru%20Watykanskiego%20II/2.LeonXIII/EncyklikiPL/09.%20%20ETSI%20NOS.pdf>.

Pius XI. „Encyklika «Divini illius Magistri»”. W *AAS*, 22(1930):49–86. Watykan,

1929. <https://www.vatican.va/archive/aas/documents/AAS-22-1930-ocr.pdf>.

Pius XI. *Encyklika „Vigilanti cura”*. Watykan, 1936.

<https://rcin.org.pl/dlibra/doccontent?id=23847>.

Pius XII. „Encyklika «Miranda prorsus»”. W *AAS*, 49(1957):765–805. Watykan, 1957.

<https://www.vatican.va/archive/aas/documents/AAS-49-1957-ocr.pdf>.

Pius XII. *Encyklika „Mystici Corporis Christi”*. Watykan, 1946.

https://opoka.org.pl/biblioteka/W/WP/pius_xii/encykliki/mystici_corporis_29061943.html#m1-1.

Paweł VI. *Encyklika „Populorum Progressio”*. Watykan, 1967.

Paweł VI. *Adhortacja „Evaneglii nuntiandi”*. Watykan, 1975.

Paweł VI. „Orędzie na 1. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. Środki społecznego przekazu ważnymi elementami cywilizacji”, 1967.

<https://www.paulus.org.pl/266,1-sdssp-pawel-vi-1967>.

Jan Paweł II. *Encyklika „Dominum et vivificantem”*. Watykan, 1986.

Jan Paweł II. *Encyklika „Fides et ratio”*. Watykan, 1998.

- Jan Paweł II. *Encyklika „Redemptor hominis”*. Watykan, 1979.
- Jan Paweł II. *Encyklika „Veritatis splendor”*. Watykan, 1993.
- Jan Paweł II. *Adhortacja „Catechesi tradendae”*. Watykan, 1979.
- Jan Paweł II. *Adhortacja „Christifideles laici”*. Watykan, 1988.
- Jan Paweł II. *Adhortacja „Ecclesia in America”*. Watykan, 1999.
- Jan Paweł II. *Adhortacja „Ecclesia in Europa”*. Watykan, 2003.
- Jan Paweł II. *Adhortacja „Pastores dabo vobis”*. Watykan, 1992.
- Jan Paweł II. *List apostolski „Il Rapido sviluppo”*. Watykan, 2005.
https://opoka.org.pl/biblioteka/W/WP/jan_pawel_ii/listy/szybkir_24022005.html
- Jan Paweł II. *List apostolski „Novo millennio ineunte”*. Watykan, 2001.
https://www.vatican.va/content/john-paul-ii/pl/apost_letters/2001/documents/hf_jp-ii_apl_20010106_novo-millennio-ineunte.html.
- Jan Paweł II. *List apostolski „Orientale lumen”*. Watykan, 1995.
https://opoka.org.pl/biblioteka/W/WP/jan_pawel_ii/listy/orientale_lumen_02051995.html.
- Jan Paweł II. „Bulla «Totus Tuus Poloniae populus»”. W *Jan Paweł II. Dzieła zebrane*, zredagowane przez P. Ptasznik, T. Dzidek, Z. Kijas, i J. Poniewierski, IV Konstytucje apostolskie Listy Motu Prioprio i Bulle Orędzia na Światowe Dni:241–42, 2007.
- Jan Paweł II. „Orędzie na 24. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. Misja Kościoła w erze komputerów”. W *Jan Paweł II - orędzia na Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. Konkordancja*, zredagowane przez D. Sonak i inni, 139–41. Lublin-Olsztyn, 2015.
- Jan Paweł II. „Orędzie na 24. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. Misja Kościoła w erze komputerów”. W *Jan Paweł II - orędzia na Światowy Dzień*

- Środków Społecznego Przekazu. Konkordancja*, zredagowane przez D. Sonak i inni, 139–41. Lublin-Olsztyn, 2015.
- Jan Paweł II. „Orędzie na 35. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. «Rozgłaszajcie to na dachach»: Ewangelia w epoce globalnej komunikacji”. W *Jan Paweł II. Dzieła zebrane*, zredagowane przez P. Ptasznik, T. Dzidek, Z. Kijas, i J. Poniewierski, IV Konstytucje apostolskie Listy Motu Prioprio i Bulle Orędzia na Światowe Dni:935–36, 2007.
- Jan Paweł II. „Orędzie na 36. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. Internet: nowe forum głoszenia Ewangelii”. W *Jan Paweł II. Dzieła zebrane*, zredagowane przez P. Ptasznik, T. Dzidek, Z. Kijas, i J. Poniewierski, IV Konstytucje apostolskie Listy Motu Prioprio i Bulle Orędzia na Światowe Dni:937–39, 2007.
- Jan Paweł II. „Homilia w czasie Mszy św. beatyfikacyjnej biskupa Michała Kozala odprawionej na Placu Defilad za zakończenie II Krajowego Kongresu Eucharystycznego”. W *Jan Paweł II. Dzieła zebrane*, zredagowane przez P. Ptasznik, M. Mokrzycki, Z. Kijas, i J. Poniewierski, IX Homilie i przemówienia z pielgrzymek-Europa część 1 Polska:417–20, 2008.
- Jan Paweł II. „Homilia w czasie Mszy św. beatyfikacyjnej ojca Rafała Chylińskiego”. W *Jan Paweł II. Dzieła zebrane*, zredagowane przez P. Ptasznik, M. Mokrzycki, Z. Kijas, i J. Poniewierski, IX Homilie i przemówienia z pielgrzymek-Europa część 1 Polska:571–75, 2008.
- Jan Paweł II. „Homilia w czasie Mszy św. odprawianej przed opactwem OO. Cystersów w Mogile, Kraków – Nowa Huta 09.06.1979”. W *Jan Paweł II, Pielgrzymki do Ojczyzny, Przemówienia, homilie*. Kraków, 2005.
- Jan Paweł II. „Katecheza: Kościół ludem powszechnym, 13.11.1991.” W *Jan Paweł II. Dzieła zebrane*, zredagowane przez P. Ptasznik, M. Mokrzycki, Z. Kijas, i T. Dzidek, VII Katechezy część 2:373–75, 2007.
- Jan Paweł II. „Katecheza: Znaczenie słowa Kościół, 20.07.1991.” W *Jan Paweł II. Dzieła zebrane*, zredagowane przez P. Ptasznik, M. Mokrzycki, Z. Kijas, i T. Dzidek, VII Katechezy część 2:336–38, 2007.

- Jan Paweł II. „Przemówienie do Konferencji Episkopatu Belgii, 18 maja 1985 - Mechelen”. W *Jan Paweł II. Dzieła zebrane*, zredagowane przez P. Ptasznik, M. Mokrzycki, Z. Kijas, i J. Poniewierski, X Homilie i przemówienia z pielgrzymek-Europa część 2 Francja, Hiszpania, Portugalia, Kraje Beneluksu:831–37, 2008.
- Jan Paweł II. „Przemówienie na rozpoczęcie XIX Konferencji Ogólnej Episkopatów ameryki Łacińskiej (CELAM) w katedrze. Co znaczy być dzisiaj biskupem a Ameryce Łacińskiej?” W *Jan Paweł II. Dzieła zebrane*, zredagowane przez P. Ptasznik, M. Mokrzycki, Z. Kijas, i J. Poniewierski, XII Homilie i przemówienia z pielgrzymek-Ameryka Północna i Południowa:1080–85, 2009.
- Jan Paweł II. „Przemówienie «Wymiar ludzki i etyczny globalizacji» (Watykan 27.04.2006.)”. *L'Osservatore Romano (wyd. polskie)* 21, nr 6 (2000).
- Benedykt XVI. *Encyklika „Caritas in veritate”*. Watykan, 2009.
- Benedykt XVI. *Encyklika „Deus Caritas est”*. Watykan, 2005.
- Benedykt XVI. *Encyklika „Spe salvi”*. Watykan, 2007.
- Benedykt XVI. *Adhortacja „Africae munus”*. Watykan, 2011.
- Benedykt XVI. *Adhortacja „Verbum Domini”*. Watykan, 2010.
- Benedykt XVI. *List Apostolski „Ubicumque et semper”*. Castel Gandolfo, 2010.
- Benedykt XVI. *List pasterski do katolików w Irlandii*. Watykan, 2010.
https://www.vatican.va/content/benedict-xvi/pl/letters/2010/documents/hf_ben-xvi_let_20100319_church-ireland.html.
- Benedykt XVI. „Orędzie na 40. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. Środki przekazu: sieć komunikacji, jedności i współpracy”. W *Benedykt XVI - orędzia na Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. Warsztat edytorski*, zredagowane przez G. Umiński, I. Piątek-Belina, E. Bal, i inni, 13–15. Lublin, 2013.

- Benedykt XVI. „Orędzie na 42. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. Środki społecznego przekazu na rozdrożu: wiodąca rola czy służba? Szukanie prawdy, by się nią dzielić”. W *Benedykt XVI - orędzia na Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. Warsztat edytorski*, zredagowane przez G. Umiński, I. Piątek-Belina, E. Bal, i inni, 33–36. Lublin, 2013.
- Benedykt XVI. „Orędzie na 43. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. Nowe technologie, nowe relacje. Trzeba rozpowszechniać kulturę szacunku, dialogu i przyjaźni.” W *Benedykt XVI - orędzia na Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. Warsztat edytorski*, zredagowane przez G. Umiński, I. Piątek-Belina, E. Bal, i inni, 43–46. Lublin, 2013.
- Benedykt XVI. „Orędzie na 44. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. Kapłan i duszpasterstwo w świecie cyfrowym: nowe media w służbie Słowa”. W *Benedykt XVI - orędzia na Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. Warsztat edytorski*, zredagowane przez G. Umiński, I. Piątek-Belina, E. Bal, i inni, 55–58. Lublin, 2013.
- Benedykt XVI. „Orędzie na 45. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. Nowe technologie komunikacyjne i głoszenie Ewangelii”. W *Benedykt XVI - orędzia na Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. Warsztat edytorski*, zredagowane przez G. Umiński, I. Piątek-Belina, E. Bal, i inni, 65–68. Lublin, 2013.
- Benedykt XVI. „Orędzie na 47. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. Serwisy społecznościowe: portale prawdy i wiary; nowe przestrzenie ewangelizacji”. W *Benedykt XVI - orędzia na Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. Warsztat edytorski*, zredagowane przez G. Umiński, I. Piątek-Belina, E. Bal, i inni, 87–90. Lublin, 2013.
- Benedykt XVI. „Orędzie Papieża Benedykta XVI na Światowy Dzień Młodzieży 2013 roku. Misjonarze nowej ewangelizacji «Idźcie i nauczajcie wszystkie narody» (Mt 28,19)”, 18 października 2012. https://www.vatican.va/content/benedict-xvi/pl/messages/youth/documents/hf_ben-xvi_mes_20121018_youth.html.

- Benedykt XVI. „Homilia Benedykta XVI podczas Mszy św. na rozpoczęcie Synodu Biskupów”, 7 październik 2012.
https://opoka.org.pl/biblioteka/W/WP/benedykt_xvi/homilie/synod_07102012.html.
- Benedykt XVI. „Homilia na zamknięcie Specjalnego Zgromadzenia Synodu Biskupów dla Bliskiego Wschodu”, 24 październik 2010.
https://opoka.org.pl/biblioteka/W/WP/benedykt_xvi/homilie/bliskiwschod_24102010.html.
- Benedykt XVI. „Homilia w czasie Mszy świętej na błoniach Neue Messe, Monachium”, 10 listopad 2006.
https://opoka.org.pl/biblioteka/W/WP/benedykt_xvi/homilie/bawaria_neuemesse_10092006.html.
- Benedykt XVI. „Przemówienie do Kurii Rzymskiej (21.12.2009.)”. *L'Osservatore Romano (wyd. polskie)* 31, nr 2 (2010).
- Benedykt XVI. „Przemówienie do uczestników zgromadzenia plenarnego Papieskiej Rady ds. Kultury”. W *AAS*, 100(2008):245–48. 4, 2008.
<https://www.vatican.va/archive/aas/documents/2008/aprile%202008.pdf>.
- Benedykt XVI. „Przemówienie podczas spotkania z duchowieństwem w archikatedrze św. Jana w Warszawie”, 25 maj 2006.
https://opoka.org.pl/biblioteka/W/WP/benedykt_xvi/podroze/pl_20060525_2.html.
- Benedykt XVI. „Rozważanie Papieża na rozpoczęcie I Kongregacji Generalnej Synodu Biskupów. Współpraca z Bogiem, który jest z nami”, 3 październik 2005.
https://opoka.org.pl/biblioteka/W/WP/benedykt_xvi/przemowienia/rozwazanie_bp_03102005.html.
- Ratzinger, J. *Kościół. Wspólnota w drodze*. Przetłumaczone przez D. Chodyniecki. Kielce, 2009.
- Ratzinger, J. *Pielgrzymująca wspólnota wiary. Kościół jako komunია*. Kraków, 2003.

- Franciszek. *Adhortacja „Christus vivit”*. Watykan, 2019.
- Franciszek. *Adhortacja „Evangelii gaudium”*. Watykan, 2013.
- Franciszek. *List apostolski „Antiquum ministerium”*. Watykan, 2021.
https://www.vatican.va/content/francesco/pl/motu_proprio/documents/papa-francesco-motu-proprio-20210510_antiquum-ministerium.html.
- Franciszek. „Orędzie na 48. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. Przekaz w służbie autentycznej kultury spotkania”, 2014.
http://www.vatican.va/content/francesco/pl/messages/communications/documents/papa-francesco_20140124_messaggio-comunicazioni-sociali.html.
- Franciszek. „Orędzie na 50. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. «Komunikacja i Miłosierdzie – owocne spotkanie»”, 2016.
http://www.vatican.va/content/francesco/pl/messages/communications/documents/papa-francesco_20160124_messaggio-comunicazioni-sociali.html.
- Franciszek. „Orędzie na 53. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. «Wszyscy tworzymy jedno» (Ef 4, 25). Od wirtualnych wspólnot społecznościowych do wspólnot ludzkich”, 2019.
http://www.vatican.va/content/francesco/pl/messages/communications/documents/papa-francesco_20190124_messaggio-comunicazioni-sociali.html.
- Franciszek. „Ewangelizacja jest naszą rewolucją. Homilia podczas Mszy św. w parku Dwusetlecia w Quito - podróż do Ameryki Łacińskiej”, 7 lipiec 2015.
https://opoka.org.pl/biblioteka/W/WP/franciszek_i/homilie/ekwador_quito_07072015.html.
- Franciszek. „List do abp. Rino Fisichelli z okazji Jubileuszu Roku 2025”, 11 luty 2022.
<https://misericors.org/list-papieza-franciszka-do-abp-rino-fisichelli-z-okazji-jubileuszu-roku-2025/>.
- Franciszek. „Przemówienie do uczestników sesji plenarnej Papieskiej Rady ds. Krzewienia Nowej Ewangelizacji”, 2015.
https://opoka.org.pl/biblioteka/W/WP/franciszek_i/przemowienia/ewangelizacja_29052015.html.

Franciszek. „Przemówienie Ojca Świętego na audiencji dla uczestników Zgromadzenia Plenarnego Papieskiej Rady ds. Środków Społecznego Przekazu”, 21 wrzesień 2013.

https://www.vatican.va/content/francesco/pl/speeches/2013/september/document_s/papa-francesco_20130921_plenaria-pccs.html.

Franciszek. „Przemówienie podczas czuwania w ramach Światowego Dnia Młodzieży. Kraków, Campus Misericordiae”, 30 lipiec 2016.
<https://papiez.wiara.pl/doc/3332986.Kanapaszczescie-jest-cichym-paralizem>.

Franciszek. „Przemówienie podczas spotkania z młodzieżą przed Bazyliką Matki Bożej Anielskiej - wizyta w Asyżu”, 4 październik 2013.
https://opoka.org.pl/biblioteka/W/WP/franciszek_i/przemowienia/asyz_mlodzi_z_04102013.html.

Franciszek. „Przemówienie w czasie audiencji dla Szkół Nowej Ewangelizacji”, 2019.
<https://www.vaticannews.va/pl/papiez/news/2019-09/papa-audiencja-szkol-ewangelizacji.html>.

1.2.1.3. Dokumenty Stolicy Apostolskiej

Aparecida. V Ogólna Konferencja Episkopatów Ameryki Łacińskiej i Karaibów. Dokument końcowy. Jesteśmy uczniami i misjonarzami Jezusa Chrystusa, aby nasze narody miały w Nim życie. Przetłumaczone przez K. Zabawa i K. Łukoszczyk. Gubin, 2014.

Katechizm Kościoła Katolickiego. Poznań, 1994.

Kongregacja ds. Duchowieństwa. *Dyrektorium ogólne o katechizacji.* Poznań, 1997.

Kongregacja Nauki Wiary. „List do biskupów Kościoła Katolickiego o niektórych aspektach Kościoła pojętego jako komunია”, 28 maj 1992.

https://www.vatican.va/roman_curia/congregations/cfaith/documents/rc_con_cfaith_doc_28051992_comunionis-notio_pl.html.

- Kongregacja Nauki Wiary. „Nota doktrynalna o niektórych aspektach ewangelizacji”, 3 grudzień 2007.
https://www.vatican.va/roman_curia/congregations/cfaith/documents/rc_con_cfaith_doc_20071203_nota-evangelizzazione_pl.html.
- Papieska Rada ds. Środków Społecznego Przekazu. „Etyka w Internecie”. W *Internet i (nie)moralność*, przez M. Wyrostkiewicz, 337–56. Lublin, 2015.
- Papieska Rada ds. Środków Społecznego Przekazu. „Kościół a Internet”, 2002.
https://opoka.org.pl/biblioteka/W/WR/rady_pontyfikalne/r_komunik_spol/kosciol_internet_22022002.html.
- Synod Biskupów, XII Zwyczajne zgromadzenie ogólne synodu biskupów. „Słowo Boże w życiu i misji Kościoła. Instrumentum Laboris”. Watykan, 2008.
- Synod Biskupów. „Nowa ewangelizacja dla przekazów wiary chrześcijańskiej. Lineamenta”. Watykan, 2011.
- Synod Biskupów. XIII Zwyczajne zgromadzenie ogólne synodu biskupów. „Nowa ewangelizacja dla przekazów wiary chrześcijańskiej. Instrumentum Laboris”. Watykan, 2012.

1.2.2. Kościół w Polsce

- „Ewangelizacja Kultury i środków społecznego przekazu”. W *II Polski Synod Plenarny (1991-1999)*, 93–114. Poznań, 2001.
- Depo, W. „Dar i szansa. Przesłanie Przewodniczącego Rady ds. Środków Społecznego Przekazu Konferencji Episkopatu Polski okazji Światowego Dnia Środków Masowego Przekazu”, 2020. <https://fiat.fm/kosciol/dar-i-szansa-przeslanie-arcybiskupa-depo-z-okazji-swiatowego-dnia-srodkow-masowego-przekazu/>.
- Depo, W. „Słowo Przewodniczącego Rady ds. Środków Społecznego Przekazu KEP na 49. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu w Polsce. Wyzwania moralne i zobowiązania wiary”, 2015.
<http://mediadlaewangelii.pl/content.php?ContentId=230>.

- Depo, W. „Środki społecznego przekazu - nowa ambona Kościoła”, 2013. https://opoka.org.pl/biblioteka/W/WE/depo/niedziela201303_media.html.
- Konferencja Episkopatu Polski. „Normy Konferencji Episkopatu Polski dotyczące występowania duchownych i osób zakonnych oraz przekazywania nauki chrześcijańskiej w audycjach radiowych i telewizyjnych”, 2005. <https://episkopat.pl/normy-konferencji-episkopatu-polski-dotyczace-wystepowania-duchownych-i-osob-zakonnych-oraz-przekazywania-nauki-chrzescijanskiej-w-audycjach-radiowych-i-telewizyjnych/>.
- Konferencja Episkopatu Polski. „Wrażliwość i odpowiedzialność, Słowo biskupów do wiernych, 22.05.2019”. Dostęp 24 maj 2019. <https://episkopat.pl/biskupi-dowiernych-nie-uczynilismy-wszystkiego-aby-zapobiec-krzywdom/>.
- Rada Stała Konferencji Episkopatu Polski. „Zarządzenie nr 1/2020 Rady Stałej Konferencji Episkopatu Polski”, 12 marzec 2020. <https://episkopat.pl/komunikat-rady-stalej-konferencji-episkopatu-polski-4/>.

1.2.3. Kościół zamojsko-lubaczowski

- „Komunikat Rady Stałej KEP i Dyspensa Biskupa Diecezjalnego”, 12 marzec 2020. <https://diecezja.zamojskolubaczowska.pl/wiadomosci/2564-komunikat-rady-stalej-kep-i-dyspensa-biskupa-diecezjalnego>.
- „Pierwszy Synod Diecezji Zamojsko-Lubaczowskiej 1996-2001. Część I. Statuty synodalne”. Zamość, 2001.
- Rojek, M. „Dekret powołujący do istnienia Zamojską Szkołę Ewangelizacji im. Błogosławionego Stanisława Kostki Starowieyskiego”. *Zamojski Informator Diecezjalny XXV*, nr 2 (2016): 346.
- Rojek, M. „Najnowsze zalecenia Biskupa w związku z zagrożeniem epidemicznym”, 14 marzec 2020. <https://diecezja.zamojskolubaczowska.pl/wiadomosci/2568-najnowsze-zalecenia-biskupa-w-zwiazku-z-zagrozeniem-epidemicznym>.

- Rojek, M. „Przedłużenie dyspensy od obowiązku niedzielnego uczestnictwa we Mszy”, 30 marzec 2020. <https://diecezja.zamojskolubaczowska.pl/wiadomosci/2593-przedluzenie-dyspensy-od-obowiazku-niedzielnego-uczestnictwa-we-mszy>.
- Rojek, M. „Słowo Biskupa Diecezjalnego Mariana Rojka z racji obchodów Światowego Dnia Środków Społecznego Przekazu”. *Zamojski Informator Diecezjalny XXV*, nr 3 (2016): 574–75.
- Rojek, M. „Słowo Biskupa Diecezjalnego na 48. Dzień Środków Społecznego Przekazu”. *Zamojski Informator Diecezjalny XXIII*, nr 3 (2014): 372–74.
- Śrutwa, J. Statut Caritas Diecezji Zamojsko-Lubaczowskiej. Dostęp 15 luty 2022. <https://caritas.zamojskolubaczowska.pl/statut-caritas-diecezji-zamojsko-lubaczowskiej/>.

2. Opracowania

2.1. Literatura przedmiotu

- _ MG / SŁK _ „YouTube ma już 10 lat! Czemu tak szybko zyskał popularność?” *tech.wp.pl*, 18 luty 2015. <https://tech.wp.pl/youtube-ma-juz-10-lat-czemu-tak-szybko-zyskal-popularnosc-6034788113535617a>.
- „Informacja”. W *Encyklopedia PWN*. Dostęp 15 marzec 2017. <https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/informacja;3914686.html>.
- „Komunikacja instytucjonalna Kościoła katolickiego. Raport z badań wstępnych zespołu ekspertów Akademii Nowoczesnych Mediów i Komunikacji Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego Jana Pawła II”. Lublin, 2021.
- „Portal internetowy”. W *Encyklopedia PWN*. Dostęp 8 styczeń 2021. <https://encyklopedia.pwn.pl/szukaj/porta%20internetowy>.

- „Radio”. W *Encyklopedia PWN*. Dostęp 27 czerwiec 2021.
<https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/radio;3965394.html>.
- Adamski, A. *Media w analogowym i cyfrowym świecie. Wpływ cyfrowej rewolucji na rekonfigurację komunikacji społecznej*. Warszawa, 2012.
- Bajka, Z. „Media w rozwoju historycznym”. W *Słownik wiedzy o mediach*, zredagowane przez E. Chudziński, 21–41. Warszawa-Bielsko Biała, 2007.
- Bajka, Z. „Media w rozwoju historycznym”. W *Słownik wiedzy o mediach*, zredagowane przez E. Chudziński, 21–41. Warszawa-Bielsko Biała, 2007.
- Bajka, Z. *Historia mediów*. Kraków, 2008.
- Bartnik, Cz. S. „Osoba” w *filozofii i teologii. Dzieła zebrane*. T. LXX. Lublin, 2017.
- Bartnik, Cz. S. *Personalizm*. Lublin, 2000.
- Batorski, D. „Podstawy społeczeństwa informacyjnego w Polsce”. W *Wymiary życia społecznego. Polska na przełomie XX i XXI wieku*, zredagowane przez M. Marody. Warszawa, 2009.
- Bąk, A. „Serwisy społecznościowe – efekt Facebooka i nie tylko”. *Media i społeczeństwo. Medioznawstwo. Komunikologia. Semiologia. Socjologia mediów. Media a pedagogika*, nr 6 (2016): 134–46.
- Bednarczyk, D. *Przeciwdziałanie cyfrowemu wykluczeniu (e-integracja) w Polsce*. Warszawa, 2014.
- Bojko, P. „Media i komunikacja w orędziach papieskich na Światowe Dni Środków Społecznego Przekazu (2011-2016)”. *Nauczyciel i Szkoła* 4, nr 64 (2017): 51–64.
- Bomba, R., P. Olszewska, i A. Wuls, red. „Wstęp”. W *KulTube. Kultura wobec YouTube*. Lublin: Centrum Badań Gier Wideo UMCS, 2017.
- Buregwa-Czuma, S., i K. Garwol. „Definicje, właściwości i funkcje społeczeństwa informacyjnego”. W *Problemy i wyzwania społeczeństwa informacyjnego*, 30–37. Rzeszów: Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, 2011.

- Business Insider. „Facebook jest wciąż najważniejszym medium reklamowym dla firm. Ale młodzi z niego uciekają”, 1 październik 2019.
<https://businessinsider.com.pl/media/marketing/ile-ludzi-korzysta-z-facebook-a-raport-media-spolecznosciowe-2019/1rktw5f>.
- Chmielewski, M. „Ewangelizacyjna misja Kościoła a social media”. *Studia Leopoliensia*, nr 10 (2017): 191–205.
- Chmielewski, M., I. Durma, i R. Kusiak. „«Kodeks» social media dla Kościoła katolickiego w Polsce”. *Biuletyn Edukacji Medialnej*, nr 1 (2018): 146–69.
- computerworld.pl. „Tribal Marketing”. Dostęp 21 czerwiec 2021.
<https://www.computerworld.pl/slownik/termin/50453/Tribal-Marketing.html>.
- Czaja, A. „Gdzie jest Kościół i Jego sens?” W *trosce o Kościół [Tydzień eklezjologiczny '99 „Kościół poza Kościołem”]*, zredagowane przez K. Kowalik, A. Jarząbek, i V. Kmiciek, 17–27. Lublin, 2001.
- datareportal.com. „Globalne statystyki mediów społecznościowych”.
Dostęp 7 marzec 2022. <https://datareportal.com/social-media-users>.
- Derdziuk, A. „Komunikacja w służbie komunii”. *Roczniki Teologii Moralnej* 3 (2001): 199–210.
- Doroszewski, W., red. „Informacja”. W *Słownik Języka Polskiego PWN*.
Dostęp 15 marzec 2017. <https://sjp.pwn.pl/slowniki/Informacja.html>.
- Doroszewski, W., red. „komunikować się”. W *Słownik Języka Polskiego PWN*.
Dostęp 10 marzec 2022. <https://sjp.pwn.pl/doroszewski/komunikowac-sie;5441386.html>.
- Doroszewski, W., red. „Serwis społecznościowy”. W *Słownik języka Polskiego PWN*.
Dostęp 8 styczeń 2021.
<https://sjp.pwn.pl/szukaj/serwis%20spo%C5%82eczno%C5%9Bciowy>.
- Drzewiecki, P. „Kto jest moim bliźnim w wirtualnym świecie? Teologia społeczności sieciowych w orędziach Benedykta XVI na Światowe Dni Środków Społecznego Przekazu”. *Łódzkie Studia Teologiczne*, nr 20 (2011): 55–66.

- Drzewiecki, P. „Teologia społeczności sieciowych. Próba konceptualizacji”. *Biuletyn Edukacji Medialnej*, nr 1 (2017): 9–20.
- Dubiel, A. „*Social media* czyli czym są media społecznościowe”. *inspiracje.tv*, 12 lipiec 2019. <https://inspiracje.tv/social-media-czyli-czym-sa-media-spolesnosciove/>.
- Dyk, S. „Pierwotna wspólnota wierzących (DZ 2,42-47; 4,32-37; 5,12-16) wzorem Kościoła preewangelizującego”. *Kieleckie Studia Teologiczne*, nr 3 (2004): 173–89.
- Dyk, S. „Preewangelizacja «otwarcie drzwi» dla Ewangelii”. *Kieleckie Studia Teologiczne*, nr 2 (2003): 102–11.
- Dyk, S. *Nowa ewangelizacja - konkretne wyzwanie*. I. Seria nowej ewangelizacji. Gubin, 2015.
- Dyk, S., M. Klementowicz, i M. Wyrostkiewicz. *Słowo aktualne: przepowiadanie a kwestie społeczne*. Gorzów Wielkopolski: Wydawnictwo Naukowe Akademii im. Jakuba z Paradyża, 2019.
- Dziewiecki, M. „Ewangelizacja w kulturze ponowoczesnej i medialnej”. *Kultura-Media-Teologia*, nr 1(1) (2010): 47–62.
- edziadkowie.pl. „Co to jest TikTok i jak z niego korzystać?”, 26 maj 2020. <https://edziadkowie.pl/co-jest-tiktok-i-jak-z-niego-korzystac/>.
- Falkowski, A. „Informacja”. W *Encyklopedia Katolicka*, zredagowane przez S. Wielgus, J. Duchniewski, M. Daniluk, S. Fita, M. Misiurek, M. Rusecki, A. Stępień, i A. Weiss. T. 7. Lublin: Towarzystwo Naukowe KUL, 1997.
- Figura, M. „Nowa ewangelizacja jako centralne zadanie Kościoła”. W *Nowa ewangelizacja*, zredagowane przez L. Balter. Kolekcja Communio 8. Poznań, 2013.
- focus.pl. „Historia filmu w pigułce. Jak i kiedy powstały pierwsze filmy?”, 19 listopad 2020. <https://www.focus.pl/artykul/historia-filmu-jak-i-kiedy-powstaly-pierwsze-filmy-jakie-sa-najlepsze-ciekawostki-z-historii-kina>.

- Furmanek, W. i A. Piecuch. *Problemy i wyzwania społeczeństwa informacyjnego*. Rzeszów: Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, 2011.
- gdpr.pl. „Plany regulacji reklamy politycznej w Internecie”, 16 marzec 2021. <https://gdpr.pl/plany-regulacji-reklamy-politycznej-w-internecie>.
- Głuszak, T. „Benedykta XVI koncepcja nauki społecznej Kościoła i jej związek z nową ewangelizacją”. W *Nowa ewangelizacja a nauczanie społeczne Kościoła*, zredagowane przez T. Chlipała i J. Michalewski. Świdnica, 2014.
- Goban-Klas, T. *Zarys historii i rozwoju mediów. Od malowideł naskalnych do multimedów*. Kraków, 2001.
- Goban-Klas, T., i P. Sienkiewicz. *Spółeczeństwo informacyjne: Szanse, zagrożenia, wyzwania*. Kraków: Wydawnictwo Fundacji Postępu Telekomunikacji, 1999.
- Golka, M. „Czym jest społeczeństwo informacyjne?” *Ruch prawniczy, ekonomiczny i socjologiczny*, rok LXVII, 4 (2005): 253–65.
- Hanas, Z. „Ewangelizacja w kontekście Internetu”. W *Nowa ewangelizacja wyzwaniem dla Kościoła w Polsce*, zredagowane przez B. Biela, 426–47. Katowice, 2011.
- Hergesel, T. „Ewangelizacja w Biblii”. W *W kręgu Dobrej Nowiny*, zredagowane przez J. Szlaga, 87–95. Lublin, 1984.
- Holstein, H. *U początków wspólnoty chrześcijańskiej*. Warszawa, 1981.
- HTur. „Facebook zarabia i nie narzeka na brak użytkowników”. telepolis.pl, 31 październik 2020. <https://www.telepolis.pl/wiadomosci/prawo-finanse-statystyki/facebook-zarabia-i-nie-narzeka-na-brak-uzytownikow>.
- ideoforce.pl. „Instagram - historia, idea, wzloty, upadki i wyzwania”, 28 grudzień 2020. <https://www.ideoforce.pl/wiedza/instagram-historia-idea-wzloty-upadki-wyzwania-popularnosc,483.html>.
- Jaszczuk, R. „Wybrane aspekty nowej ewangelizacji w świetle posynodalnej adhortacji apostolskiej Jana Pawła II *Ecclesia in America*”. W *Ecclesia in America, Wybrane*

- problemy Kościoła w Ameryce Południowej w świetle posynodalnej adhortacji Jana Pawła II*, zredagowane przez J. Różański, 45–74. Warszawa, 2003.
- Jenkins, H. *Kultura konwergencji: zderzenie starych i nowych mediów*. Warszawa, 2007.
- Kawecki, W. *Zobaczyć wiarę. Studium obrazu przestrzennego jako komunikacja wiary z perspektywy teologii kultury i teologii mediów*. Kraków, 2013.
- Klementowicz, M. „Edukacyjne zadania mediów w świetle wypowiedzi Benedykta XVI”. W *Media w edukacji: obszary lokalności – różnorodność współczesności*, zredagowane przez A. Roguska, 259–71. Siedlce, 2013.
- Kloch, J. *Kościół w Polsce wobec Web 2.0*. Kielce, 2013.
- Kociołek, A. „Budowanie wspólnoty Kościoła w sytuacji społeczeństwa ponowoczesnego”. *Pedagogia Christiana*, nr 1/21 (2008): 209–27.
- Komputerświat. „TikTok bez tajemnic. Co trzeba wiedzieć, jeśli jeszcze z niego nie korzystasz?”, 20 maj 2020.
<https://www.komputerswiat.pl/artykuly/redakcyjne/tiktok-bez-tajemnic-co-trzeba-wiedziec-jesli-jeszcze-z-niego-nie-korzystasz/w540bpc>.
- Kowalska, J. „Wyćwierkany sukces – historia Twittera”. *marketingbiznes*, 16 luty 2017.
<https://marketingbiznes.pl/social-media/wycwierkany-sukces-historia-twittera/>.
- Kowalski, R. „Using the five-milestone formula in the process of preparing homilies and sermons”. *Kultura-Media-Teologia*, nr 41 (2020): 192–208.
- Krasowski, K. „Kościół musi być obecny w mediach społecznościowych”. *niedziela.pl*. Dostęp 5 wrzesień 2020. <https://www.niedziela.pl/artykul/40071/Kosciol-musi-byc-obecny-w-mediach>.
- Kruczkowski, Ł. „Facebook i Cambridge Analytica. O co chodzi w tej aferze?” *komputerświat*. Dostęp 22 marzec 2018.
<https://www.komputerswiat.pl/artykuly/redakcyjne/facebook-i-cambridge-analytica-o-co-chodzi-w-tej-aferze/9nn7y9k>.

- Kudasiewicz, J. *Powołanie do służby. Szkice z teologii i duchowości biblijnej*. Lublin, 2011.
- Kulig, J. *Posłannictwo twórców przekazu medialnego w świetle nauczania Jana Pawła II*. Lublin: Wydawnictwo KUL, 2010.
- Kulik, W. „Ale to zleciało! 15 lat temu opublikowano pierwszy film na YouTube”. *benchamrk.pl*, 23 kwiecień 2020.
<https://www.benchmark.pl/aktualnosci/pierwszy-film-na-youtube-rocznica-przeslania.html>.
- Kusiak, R. „Sieć społecznościowa szansą i zagrożeniem dla rozwoju duchowego człowieka?” *Biuletyn Edukacji Medialnej*, nr 1 (2019): 65–74.
- Lalik, E. „Czym są «fake news» i dlaczego walczymy z nimi dopiero od kilku miesięcy?” *spidersweb.pl*. Dostęp 16 czerwiec 2021. <https://spidersweb.pl/2017/01/fake-news.html>.
- Łysek, F. „Pedagogia Nowego Człowieka jako kategoria edukacyjna i refleksyjna praktyka”. *Rozprawy i artykuły naukowe* 1, nr 61 (2017): 27–42.
- Maksymowicz, P. „Twitter - co to jest? Jak Twitter radzi sobie w Polsce?” *whitepress*. Dostęp 7 styczeń 2021. <https://www.whitepress.pl/baza-wiedzy/245/twitter-co-to-jest-jak-twitter-radzi-sobie-w-polsce>.
- Makula, M. „Social media jako narzędzie ewangelizacji i komunikacji w Kenii”. *Studia Elckie* 21, nr 4 (2019): 471–88.
- Marcyński, K. *Komunikacja religijna i media*. Kraków, 2016.
- marketingwsieci.pl*. „SMM (Social Media Marketing)”. Dostęp 21 czerwiec 2021.
<https://marketingwsieci.pl/slownik-e-marketingu/smm-social-media-marketing/>.
- Martini, M. *Rozmowy z moim telewizorem. Spotkanie Kościoła ze światem mass mediów*. Przetłumaczone przez W. Pawłowski. Kraków, 1998.
- Mazurek, M. „TikTok – co to jest? Przewodnik dla rodziców”. *zuch.media*, 6 listopad 2019. <https://zuch.media/tiktok-co-to-jest-przewodnik-dla-rodzicow/>.

- McLuhan, H.M. *The Gutenberg Galaxy*. Toronto, 1962.
- Mikułowski Pomorski, J. *Zmieniający się świat mediów*. Kraków, 2008.
- money.pl. „Media społecznościowe. Które wybierają Polacy?”, 7 lipiec 2020.
<https://www.money.pl/gospodarka/media-spolesznosciowe-ktore-wyberaja-polacy-6529596997314689a.html>.
- msnet. „Google i Facebook są zagrożeniem dla praw człowieka - uważa Amnesty International”. *telepolis.pl*, 25 listopad 2019.
<https://www.telepolis.pl/wiadomosci/wydarzenia/google-facebook-prawa-czlowieka-amnesty-international>.
- Nagórny, J. „Społeczeństwo informacyjne. Zagrożenie dla integralności osoby?” *Ethos. Kwartalnik Instytutu Jana Pawła II KUL* 18, nr 1-2 (69-70) (2005): 364–77.
- Nagórny, J. *Posłannictwo chrześcijan w świecie*. T. 1 Świat i wspólnota. Lublin: Redakcja Wydawnictw KUL, 1997.
- Pastwa, R. „Komunikowanie religijne na przykładzie Kościoła katolickiego w Polsce z uwzględnieniem kontekstu pandemii koronawirusa”. *Kultura-Media-Teologia*, nr 41 (2020): 38–60.
- Pęczak, M. „Środki masowego przekazu”. W *Encyklopedia PWN*.
Dostęp 25 czerwiec 2021. <https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/srodki-masowego-przekazu;3984263.html>.
- Poradnik Przedsiębiorcy. „Personal branding - na czym dokładnie polega?”, 12 kwiecień 2018. <https://poradnikprzedsiębiorcy.pl/-na-czym-polega-personal-branding>.
- Proniewski, A. „Problematyka wiary w nauczaniu Benedykta XVI”. *Roczniki Teologii Katolickiej* X (2011): 113–30.
- Przybysz, M. „Kościół w Sieci”. *ekai.pl*, 16 październik 2018.
<https://www.ekai.pl/kosciol-w-sieci/>.

- Przybysz, M. „Kościół w social media. Komunikacja instytucji eklezyjalnych w mediach społecznościowych w perspektywie medioznawczej i teologicznej”. *Kultura-Media-Teologia*, nr 35 (2018): 140–66.
- Przyczyna, W. *Teologia ewangelizacji*. Kraków, 1992.
- ps. „Rośnie popularność TikToka. Liczba instalacji przekroczyła 3 miliardy”. *wirtualnemedi.pl*, 15 lipiec 2021. <https://www.wirtualnemedi.pl/artykul/rosnie-popularnosc-tiktoka-liczba-instalacji-przekroczylo-3-miliardy-dlaczego>.
- Regulamin Facebooka 1, § Świadczone przez nas usługi (2020).
<https://www.facebook.com/legal/terms>.
- Regulamin Facebooka 3, § Zobowiązania użytkownika na rzecz Facebooka i naszej społeczności. Kto może korzystać z Facebooka (2020).
<https://www.facebook.com/legal/terms>.
- Reroń, T. „Komunikacja społeczna”. W *Jan Paweł II. Encyklopedia nauczania moralnego*, zredagowane przez J Nagórny i K. Jeżyna. Radom, 2005.
- Robak, M. „Duszpasterstwo w kulturze Internetu”. W *Media w duszpasterstwie*, zredagowane przez M. Przybysz i T. Wielebski, 281–96. Warszawa: Wydawnictwo UKSW, 2014.
- Rogucki, A. „Jak zmieniły się media społecznościowe w ciągu dekady?” *whysosocial.pl*. Dostęp 7 styczeń 2021. <https://www.whysosocial.pl/jak-zmienily-sie-media-spoecznościowe-w-ciagu-dekady/>.
- Sharma, A. „This Chart Shows Why Comcast Would Be Interested in Vice Media and BuzzFeed”. *The Wall Street Journal*, 24 lipiec 2015.
<https://www.wsj.com/articles/BL-269B-4090>.
- Sienkiewicz, E. „Kościół jako «communio personarum» w polskiej teologii uczestnictwa”. *Studia Koszalińsko-Kołobrzeskie*, nr 16 (2011): 115–25.
- Sieńko, A. „Nie masz Internetu, jesteś niewidzialny. Seniorzy, dzieci bez komputerów, osoby z niepełnosprawnościami - po prostu zniknęli”. *spidersweb.pl*,

- 15 październik 2020. <https://spidersweb.pl/plus/2020/06/wykluczenie-cyfrowe-internet-seniorzy-uczniowie>.
- Smoleń, J. „Homo communicans”. *Vox Patrum*, 28, 52, nr 2 (2008): 965–73.
- socialmedia.biz.pl. „Historia powstania Instagrama”. Dostęp 4 styczeń 2021. <https://socialmedia.biz.pl/historia-powstania-instagram/>.
- Spyra, P. „Czym jest Szkoła Ewangelizacji?” *zse.info*. Dostęp 27 luty 2021. <https://www.zse.info/czym-jest-szkola-ewangelizacji/>.
- Stefanowicz, B. „Siła informacji”. *Zeszyty Naukowe Wydziału Informatycznych Technik Zarządzania Wyższej Szkoły Informatyki Stosowanej i Zarządzania „Współczesne Problemy Zarządzania”*, nr 1 (2014).
- Stefanowicz, B. „Społeczne funkcje informacji”. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Studia Informatica*, nr 24 Informatyka ekonomiczna (2009): 279–90.
- Stefanowicz, B. *Informacja. wiedza. Mądrość*. T. 66. Warszawa: Główny Urząd Statystyczny, 2013.
- Szafański, A., i F. Zapłata. „Ewangelizacja”. W *Encyklopedia katolicka*, zredagowane przez R. Łukaszczyk, L. Bieńkowski, i F. Gryglewicz. Towarzystwo Naukowe KUL, 1985.
- Śliwa, D. „Kościół a nowe media”. *ideoforce.pl*. Dostęp 22 luty 2022. <https://www.ideoforce.pl/wiedza/kosciol-a-nowe-media,463.html>.
- Ułan, G. „Najbardziej popularne profile na polskim Facebooku i Twitterze w 2019 roku”. *antyweb.pl*, 30 styczeń 2020. <https://antyweb.pl/najbardziej-popularne-profile-na-polskim-facebooku-i-twitterze-w-2019-roku/>.
- Umiński, G. *Diecezjalne www w Polsce a nowa ewangelizacja. Poszukiwania teologiczno-medioznawcze*. Seria naukowa: Nowe media i Kościół. Warszawa, 2017.

- Widenka, M. „Nowa ewangelizacja w nauczaniu Jana Pawła II”. W *Nowa ewangelizacja wyzwaniem dla Kościoła w Polsce*, zredagowane przez B. Biela. Katowice, 2011.
- Witkowska, M., i K. Cholawo-Sosnowska. *Spółczesność informacyjna. Istota, rozwój, wyzwania*. Warszawa, 2006.
- Wodarczyk, A. „Sługa Boży ks. Franciszek Blachnicki prekursorem Nowej Ewangelizacji w Polsce”. W *Nowa Ewangelizacja wezwaniem dla Kościoła w Polsce*, zredagowane przez B. Biela, 77–110. Katowice, 2011.
- wprost. „Twitter”. Dostęp 7 styczeń 2021.
<https://www.wprost.pl/tematy/10127983/twitter.html>.
- Wyrostkiewicz, M. „«Wolność internetu» a rozwój integralny osoby ludzkiej – eksploracje infoetyczne”. *Śląskie Studia Historyczno-Teologiczne* 50, nr 1 (2017): 161–74.
- Wyrostkiewicz, M. „Czym jest prawdziwa wspólnota osób i jak o nią zabiegać?” *Katecheta* 59, nr 2 (2015): 66–71.
- Wyrostkiewicz, M. „Infoethics - a New Tren in the Science”. *Journal of Vasyl Stefanyk Precarpathian National University* 3, nr 2–3 (2016): 32–38.
- Wyrostkiewicz, M. „Infokomponent - nowość w badaniach nad środowiskiem naturalnym osoby ludzkiej”. *Biuletyn Edukacji Medialnej* 13, nr 1 (2015): 21–34.
- Wyrostkiewicz, M. „Kwiaty i komputery. O przyrodzie i Internecie jako składnikach naturalnego środowiska ludzkiego.” W *Znaki czasu - czas znaków. Tydzień Eklezjologiczny*, Red. K. Mielcarek [i in]., 9:111–23. W trosce o Kościół. Lublin: Wydawnictwo KUL, 2008.
- Wyrostkiewicz, M. „Media jako narzędzia integrowania społeczeństwa w refleksji teologicznej”. W *Integracja w globalnej wiosce. Media o cudzoziemcach w Polsce i Unii Europejskiej*, zredagowane przez W. Wcisł i M. Wyrostkiewicz, 139–53. Lublin, 2013.

- Wyrostkiewicz, M. „Posłannictwo chrześcijan świeckich w świecie”. W *Świadek nadziei. Ksiądz prof. Janusz Nagórny twórca i nauczyciel teologii moralnej*, zredagowane przez A. Derdziuk, 511–20, 2008.
- Wyrostkiewicz, M. „Sztuka komunikacji - eksploracje infoetyczne”. W *Pulchrum et communicatio: księga jubileuszowa profesora Karola Klauzy*, zredagowane przez A. Wójciszyn-Wasil, M. J. Gondek, D. Wadowski, i K. Klauza, 159–70. Lublin: Wydawnictwo KUL, 2018.
- Wyrostkiewicz, M. *Ekologia ludzka. osoba i jej środowisko z perspektywy teologicznomoralnej*. Lublin: Wydawnictwo KUL, 2007.
- Wyrostkiewicz, M. *Internet i (nie)moralność*. Lublin, 2015.
- Wyrostkiewicz, M., J. Sosnowska, i A. Wójciszyn-Wasil. „The Catholic influencer as a challenge for spiritual leadership in the age of social media”. *Journal for the Study of Religions and Ideologies* 21, nr 61 (27 luty 2022): 81–96.
- Zalewska-Bochenko, A. „Portale społecznościowe jako element społeczeństwa informacyjnego”. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Studia Informatica* 40 (2016): 87–97.
- Zasady Twittera. Dostęp 7 styczeń 2021. <https://help.twitter.com/pl/rules-and-policies/twitter-rules>.
- Zasady YouTube. Dostęp 4 styczeń 2021. https://www.youtube.com/intl/ALL_pl/howyoutubeworks/policies/overview/.
- Zasady YouTube. Prawa autorskie. Dostęp 28 czerwiec 2021. <https://www.youtube.com/howyoutubeworks/policies/copyright/>.
- Zasady YouTube. Usuwanie treści ze względów prawnych. Dostęp 28 czerwiec 2021. <https://www.youtube.com/howyoutubeworks/policies/legal-removals/>.
- Zasady YouTube. Wytyczne dla społeczności. Dostęp 4 styczeń 2021. https://www.youtube.com/intl/ALL_pl/howyoutubeworks/policies/community-guidelines/.

Zasady YouTube. Zasady zarabiania. Dostęp 28 czerwiec 2021.

<https://www.youtube.com/howyoutubeworks/policies/monetization-policies/>.

Zasępa, T. „Osoba ludzka ogniskową społeczeństwa informacyjnego”. *Ethos. Kwartalnik Instytutu Jana Pawła II KUL* 18, nr 1-2 (69-70) (2005): 426–37.

Zygmunt, S. „Film w XX wieku”. W *Encyklopedia PWN*. Dostęp 27 czerwiec 2021.

<https://encyklopedia.pwn.pl/materialy-dodatkowe/haslo/Film-w-XX-wieku;448857.html>.

Żebruń, K. „Historia Instagrama - czy podąży w dobrym kierunku dodając albumy ze zdjęciami?” benchamrk.pl, 10 marzec 2017.

<https://www.benchmark.pl/aktualnosci/historia-instagrama-czy-obecne-zmiany-sa-dobrym-pomyslem.html>.

2.2. Literatura pomocnicza

„Annuario statistico Ecclesiae in Polonia. Dane za rok 2020”. Warszawa, 2021.

<https://www.iskk.pl/images/stories/Instytut/dokumenty/annuario-statistico-ecclesiae-in-polonia-dane-za-rok-2020.pdf>.

„Hashtag”. W *Wikipedia*. Dostęp 14 luty 2022. <https://pl.wikipedia.org/wiki/Hashtag>.

„Statut Zamojskiej Szkoły Ewangelizacji im. Błogosławionego Stanisława Kostki Starowieyskiego”. *Zamojski Informator Diecezjalny* XXV, nr 2 (2016): 347–54.

Ad monkey. „Korzystanie z Internetu w Polsce – badania CBOS”.

Dostęp 15 marzec 2018. <http://admonkey.pl/korzystanie-internetu-polsce-badania-cbos/>.

Archidiecezja Katowicka. „Bp Adam Wodarczyk”.

Dostęp 7 luty 2022. <https://archidiecezjakatowicka.pl/biskupi/bp-adam-wodarczyk>.

- Babbie, E. *Badania społeczne w praktyce*. Warszawa: Wydawnictwo naukowe PWN, 2003.
- Babbie, E. *Podstawy badań społecznych*. Warszawa, 2013.
- Blachnicki, F. „Ruch Światło-Życie jako pedagogia nowego człowieka”. Dostęp 17 maj 2019. <https://www.oaza.pl/ruch-swiatlo-zycie-jako-pedagogia-nowego-czlowieka/>.
- Blachnicki, F. *Kerygmatyczna odnowa katechezy. Pisma katechetyczne*. Zredagowane przez M. Marczewski. Warszawa, 2005.
- Bordzań, K. „Słowo ks. Krystiana Bordzania dyrektora Katolickiego Radia Zamość i redaktora zamojsko-lubaczowskiej edycji Tygodnika Niedziela na Dzień Środków Społecznego Przekazu, obchodzony w Polsce 20 września 2015 r.” *Zamojski Informator Diecezjalny XXIV*, nr 3 (2015): 535–36.
- BP KEP. „Rzecznik Episkopatu: obecność w mediach społecznościowych jest konieczna w komunikacji Kościoła”. [episkopat.pl](https://episkopat.pl/rzecznik-episkopatu-obecnosc-w-mediach-spolesnosciovych-jest-konieczna-w-komunikacji-kosciola/), 2 wrzesień 2020. <https://episkopat.pl/rzecznik-episkopatu-obecnosc-w-mediach-spolesnosciovych-jest-konieczna-w-komunikacji-kosciola/>.
- Centrum Badania Opinii Społecznej. „Korzystanie z religijnych stron i portali internetowych”. Komunikat z badań. Warszawa, 2016.
- Dawkins, R. *Samolubny gen*. Przetłumaczone przez M. Skoneczny. Warszawa, 2012.
- Doliwa, U., L. Grochulski, P. Sobolewska, K. Łochowska, K. Motyka, K. Wojdyna, i K. Choroszewski. „Precyzyjne profilowanie użytkowników Facebooka czy wróżenie z fusów? Krytyczna analiza działania algorytmu stworzonego przez Michała Kosińskiego i wykorzystanego przez firmę Cambridge Analytica”. *Zeszyty Prasoznawcze* 61, nr 3 (2018): 529–44.
- Drabek, M., i M. Klimowicz. *Serwisy społecznościowe i oferowane przez nie możliwości monitorowania losów zawodowych absolwentów szkół wyższych*. Warszawa–Wrocław, 2013.

- Drzewiecki, P. „Supermarket telewizji. Cyfryzacja sektora audiowizualnego - wyzwanie dla edukacji medialnej”. *Kultura-Media-Teologia*, nr 1 (1) (2010): 94–102.
- Drzewiecki, P. *Edukacja medialna a nauczanie religii w szkole*. Warszawa, 2013.
- Dudkiewicz, Lidia, i Katarzyna Woynarowska, red. *Dla nieba i dla chleba: księga pamiątkowa: 90. rocznica powstania Tygodnika Katolickiego „Niedziela” 1926-2016*. Wydanie I. Biblioteka „Niedzieli”, tom 351. Częstochowa: Tygodnik Katolicki „Niedziela”, 2017.
- Dudziak, U. „Korzystanie z Internetu – aspekt pastoralny. Zagrożenia i zapobieganie patologiom”. *Roczniki Teologiczne* 54, zeszyt 10, (2007): 257–79.
- Dylus, A. *Globalizacja. Refleksje etyczne*. Wrocław, 2005.
- edk.org.pl. „Czym jest EDK?” Dostęp 14 luty 2022. <https://www.edk.org.pl/czym-jest-edk>.
- empemedia.pl. „Social Media w Polsce 2021 – nowy raport”, 4 marzec 2021. <https://empemedia.pl/social-media-w-polsce-2021-nowy-raport/>.
- exodusmlodych.pl. „O spotkaniu”. Dostęp 14 luty 2022. <https://exodusmlodych.pl/o-spotkaniu/#>.
- Filmweb. „Film Transcendencja”. Dostęp 15 marzec 2017. <https://www.filmweb.pl/film/Transcendencja-2014-670682>.
- Garwol, K. „Rola mediów społecznościowych w edukacji – stan obecny i perspektywy rozwoju”. *Dydaktyka Informatyki* 12 (2017): 51–56.
- Gdak, R. „Kryzys Facebooka brutalnie pokazał, że dyskusje o prywatności w sieci nie mają już żadnego sensu”. spidersweb.pl, b.d. Dostęp 22 marzec 2018.
- Główny Urząd Statystyczny. „Społeczeństwo informacyjne w Polsce w 2021 r.”, 14 listopad 2021. <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/nauka-i-technika-spoleczenstwo-informacyjne/spoleczenstwo-informacyjne/spoleczenstwo-informacyjne-w-polsce-w-2021-roku,2,11.html>.

- Główny Urząd Statystyczny. „Życie religijne w Polsce. Wyniki badania spójności społecznej 2018”, 18 grudzień 2018. <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/inne-opracowania/wyznania-religijne/zycie-religijne-w-polsce-wyniki-badania-spojnosci-spoecznej-2018,8,1.html>.
- Gnilka, J. *Paweł z Tarsu. Apostoł i świadek*. Kraków, 2002.
- Goliszek, P. „Dialog jako personalistyczne medium wychowania”. W *Człowiek - kultura - rodzina a Internet*, zredagowane przez R. Podpora, 111–27. Lublin: Gaudium, 2007.
- Greniuk, F. „Z dziejów pierwszego dziesięciolecia Diecezji zamojsko-lubaczowskiej”. *Zamojski Informator Diecezjalny XXVI*, nr 1 (2017): 204–13.
- Grębosz, M., D. Siuda, i G. Szymański. *Social media marketing*. Łódź: Wydawnictwo Politechniki Łódzkiej, 2016.
- Hawro, K. „Niedziela Zamojsko-Lubaczowska”. W *Dla nieba i dla chleba: księga pamiątkowa: 90. rocznica powstania Tygodnika Katolickiego „Niedziela” 1926-2016*, zredagowane przez Lidia Dudkiewicz i Katarzyna Woynarowska, Wydanie I., 395–98. Biblioteka „Niedzieli”, tom 351. Częstochowa: Tygodnik Katolicki „Niedziela”, 2017.
- Kicior, B. „Po co nam media – po co my mediom? Funkcje i oddziaływanie mediów masowych w społeczeństwie”. *Konteksty Społeczne* 6, nr 1 (11) (2018): 55–63.
- Kirkpatrick, D. *Efekt Facebooka*. Przetłumaczone przez M. Lipa. Warszawa, 2011.
- Kotkowski, Ł. „Nie oglądam telewizji od pięciu lat. Niczego nie żałuję”. spidersweb.pl, 1 marzec 2018. <https://spidersweb.pl/2018/03/nie-ogladam-telewizji-wrazenia-opinie.html>.
- Kowalski, R. „Ewangelizować skuteczniej: psychologia komunikacji w służbie ewangelizacji”. *Studia Salvatoriana Polonica*, nr 4 (2010): 73–86.
- Krok, E. „Budowa kwestionariusza ankietowego a wyniki badań”. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Studia Informatica* 37 (2015): 55–73. <https://doi.org/10.18276/si.2015.37-05>.

- Królikowski, J. „Wierzę w Kościół święty”. W *Kościół lokalny w Kościele Chrystusa*, zredagowane przez R. Kantor, 126–40. Kraków, 2015.
- Krukowski, H. „Tamte dni”. *Zamojski Informator Diecezjalny XXVI*, nr 1 (2017): 226–29.
- Kujawski, J. „Wykluczenie cyfrowe jako forma wykluczenia społecznego. Przypadek Polski”. *Media i społeczeństwo. Medioznawstwo. Komunikologia. Semiologia. Socjologia mediów. Media a pedagogika*, nr 9 (2018): 252–60.
- Łuszcz, A. „Odnowa liturgiczna w diecezji zamojsko-lubaczowskiej. [Rozprawa doktorska w Instytucie Nauk Teologicznych KUL pod kierunkiem promotora dr. hab. Michała Wyrostkiewicza, prof. KUL przy wsparciu promotora pomocniczego ks. dr. Andrzeja Meggera]”. [Wydruk komputerowy], 2020.
- Łysek, M. „Tańczą, modlą się, dyskutują i robią zasięgi. Kim są księża, którzy podbijają TikToka?” *deon.pl*, 1 luty 2022. <https://deon.pl/wiara/wiara-i-spolesczenstwo/tancza-modla-sie-dyskutuja-i-robia-zasiegi-kim-sa-ksieza-ktorzy-podbijaja-tiktoka,1840604>.
- Maciołek, M., i Z. Jagiełło, red. *Adresownik ze skróconym schematyzmem Diecezji Zamojsko-Lubaczowskiej. 2020/2021*. Zamość, 2020.
- Majorek, M. *Kod YouTube. Od kultury partycypacji do kultury kreatywności*. Kraków: Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych UNIVERSITAS, 2015.
- Maziarski, J. „Telewizja w czasach PRL 1952-1989”. W *Media w Polsce w XX wieku*, zredagowane przez R. Gluza, 167–82. Poznań, 1999.
- Mróz, R. *Większość bezwzględna*. T. 2. W kręgach władzy. Poznań, 2017.
- Murzyn, M. „Prawo do prawdziwej informacji jako następstwo osobowego charakteru bytu ludzkiego”. W *Mass media we współczesnym świecie*, zredagowane przez V. Tanaś i W. Welskop, 83–92. Łódź, 2019.
- naukowiec.org. „Badanie pilotażowe - Pomoc z metodologii badań”.
Dostęp 3 marzec 2021.
https://www.naukowiec.org/wiedza/metodologia/badanie-pilotazowe_657.html.

- newsweek.pl. „Ewangelizacja online. Biskupi będą «łowić» na Twitterze”, 11 wrzesień 2015. <https://www.newsweek.pl/polska/ksieza-i-biskupi-na-twitterze-wychowanie/yys2tdv>.
- Palczewski, M. „Media jako czwarta władza - mit czy rzeczywistość?” W *Graszewicz.com Media Komunikacja Kultura*, zredagowane przez D. Lewiński, K. Stasiuk-Krajewska, i R. Wróblewski, 351–58. Wrocław, 2017.
- Pisarek, W. *Wstęp do nauki o komunikowaniu*. Warszawa, 2008.
- Podzielny, J. „Powołanie i misja rodziny w Kościele i świecie współczesnym. Stanowisko Konferencji Episkopatu Niemiec przed XIV Zwyczajnym Zgromadzeniem Ogólnym Synodu Biskupów. Próba analizy krytycznej.” W *Matrimonio et familiae. Z problematyki małżeństwa i rodziny*, zredagowane przez P. Landwójtowicz, 197–213, 2016.
- Polscy.biskupi. „Polscy biskupi”. Instagram, 14 marzec 2022. <https://www.instagram.com/polscy.biskupi/>.
- Połowianiuk, M. „Ten wykres udowadnia, że telewizja nie ma przyszłości”. spidersweb.pl, 29 lipiec 2015. <https://spidersweb.pl/2015/07/telewizja-nie-ma-przyszlosci.html>.
- radiozamosc.pl. „O nas”. Dostęp 15 luty 2022. <https://www.radiozamosc.pl/s/1/o-nas>.
- sacrofilm.pl. „Międzynarodowe Dni Filmu Religijnego Sacrofilm”. Dostęp 7 marzec 2022. <http://sacrofilm.pl/page/sacrofilm/>.
- Siudak, M. „Historia o tych, którzy chcieli sprawić, by ludzie byli mniej samotni”. *Media, Kultura, Komunikacja Społeczna: zeszyty naukowe Instytutu Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej UWM*. 11, nr 4 (2015): 143–49.
- Skorowski, H. „Społeczny wymiar duszpasterskiego przepowiadania”. *Seminare. Poszukiwania naukowe* 27 (2010): 111–26.
- Skowron, R. „Twitter 2006 – 2020 – co się zmieniło?” radekskowron.pl, 20 styczeń 2020. <https://radekskowron.pl/twitter-2006-2020-co-sie-zmienilo/>.

- Sonczyk, W. „Wątpliwości związane z definicją normatywną pojęcia «prasa»”. *Media, Kultura, Społeczeństwo*, nr 1 (3) (2008): 45–54.
- Spyra, P. „Przypominamy”. *facebook.com* (blog), 2018.
<https://www.facebook.com/DiecezjaZamosc/photos/408165333048683>.
- Spyra, P. „Transmisje Mszy św. - gdzie można oglądać i słuchać?”, 4 kwiecień 2020.
<https://diecezja.zamojskolubaczowska.pl/wiadomosci/2567-transmisje-mszy-sw-gdzie-mozna-ogladac-i-sluchac>.
- Stawicka, A. „Wykluczenie cyfrowe w Polsce”. Opracowania tematyczne. Warszawa: Kancelaria Senatu. Biuro analiz i dokumentacji. Zespół Analiz i Opracowań Tematycznych, 2015.
https://www.senat.gov.pl/gfx/senat/pl/senatopracowania/133/plik/ot-637_internet.pdf.
- Szatkowski, B. „Przyszłość «post-prawdziwego» społeczeństwa informacyjnego – utopia czy dystopia”. *Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis. Studia Politologica* 19, nr 254 (2017): 152–69.
- Śrutwa, J. „Dar od świętego Jana Pawła Wielkiego”. *Zamojski Informator Diecezjalny* XXVI, nr 1 (2017): 199–203.
- Tomaszkiewicz, M. „Jak często «palcujecie» swój telefon?” *antyradio.pl*, 19 lipiec 2016.
<https://www.antyradio.pl/News/Jak-czesto-palcujecie-swoj-telefon-9889>.
- Tomczak, M. „Co to jest Signal? Porównanie z Messengerem”. *benchamrk.pl*, 12 styczeń 2021. https://www.benchmark.pl/testy_i_recenzje/co-to-jest-signal-porownanie-z-messengerem.html.
- Wyrostkiewicz, M. „Gdzie kończy się społeczne nauczanie Kościoła, a zaczyna «wtrącanie się do polityki»?” *Katecheta* 51, nr 12 (2007): 44–46.
- Wyrostkiewicz, M. „Polityka w ambonie”. W *W nurcie odnowy przepowiadania homilijnego – formy przekazu Słowa Bożego [Materiały z sympozjum homiletycznego, 15 – 16 października 2010 roku, Łódź-Łagiewniki, Wyższe Seminarium Duchowne OO. Franciszkanów]*, 336–64. Niepokalanów, 2011.

Wyrostkiewicz, M. „W sieci niebezpieczeństw. Kilka uwag na temat Internetu”.

W *W poszukiwaniu nowych metod katechetycznych*, zredagowane przez H. Słotwińska, 307–26. Lublin: Wydawnictwo KUL, 2006.

Zwolak, S. „Katolickie Radio Zamość w służbie ewangelizacji”. *Diecezjalny Informator Katechetyczny 2020/2021*, nr 11 (2020): 49–50.

Zwoliński, A. *Obraz w relacjach społecznych*. Kraków, 2003.

Spis wykresów, tabel i grafik

1. Wykresy.

Wykres 1. Przedział wiekowy ankietowanych duchownych [w %].....	176
Wykres 2. Lata kapłaństwa [w %].....	176
Wykres 3. Pełniona funkcja – duchowni [w %]	177
Wykres 4. Rok studiów alumnów [w %].....	177
Wykres 5. Przedział wiekowy katechetów [w %]	178
Wykres 6. Staż pracy katechetów [w %]	178
Wykres 7. Status społeczny katechetów świeckich [w %]	179
Wykres 8. Czy korzystasz z mediów społecznościowych [w %].....	179
Wykres 9. Przedział wiekowy księży nie korzystających z SM [w %].....	180
Wykres 10. Staż posługi kapłańskiej księży nie korzystających z SM [w %].....	180
Wykres 11. Funkcje księży nie korzystających z SM [w %].....	180
Wykres 12. Przedział wiekowy księży korzystających z SM [w %].....	181
Wykres 13. Staż posługi kapłańskiej księży korzystających s SM [w %].....	182
Wykres 14. Funkcja księży korzystających s SM [w %].....	182
Wykres 15. Przedział wiekowy katechetów korzystających z SM [w %].....	183
Wykres 16. Staż pracy katechetów korzystających z SM [w %].....	183
Wykres 17. Status społeczny katechetów korzystających z SM [w %].....	183
Wykres 18. Rok studiów alumnów korzystających z SM [w %]	184

Wykres 19. Z jakich mediów społecznościowych korzystasz? [w %].....	185
Wykres 20. Jak często korzystasz z mediów społecznościowych? [w %].....	185
Wykres 21. Czy obserwujesz oficjalne profile osób i instytucji kościelnych? [w %] ..	186
Wykres 22. W jaki sposób korzystasz z serwisów społecznościowych? [w %]	187
Wykres 23. Przedział wiekowy księży tworzących treści w Sm [w %]	188
Wykres 24. Staż posługi kapłańskiej księży tworzących treści w SM [w %].....	188
Wykres 25. Funkcja księży tworzących treści w SM [w %].....	189
Wykres 26. Przedział wiekowy katechetów tworzących treści w SM [w %]	189
Wykres 27. Staż pracy katechetów tworzących treści w SM [w %].....	190
Wykres 28. Status społeczny katechetów tworzących treści w SM [w %].....	190
Wykres 29. Jakie treści budzą Twoje największe zainteresowanie podczas korzystania [w %].....	191
Wykres 30. Czy uważasz, że media społecznościowe mogą stanowić [w %].....	192
Wykres 31. Interakcje – odbiorcy [w %]	193
Wykres 32. Interakcje – nadawcy [w %]	193
Wykres 33. Treści wywołujące interakcje – odbiorcy [w %]	194
Wykres 34. Treści wywołujące interakcje – nadawcy [w %]	195
Wykres 35. Komentarze wydarzeń kościelnych i społecznych – odbiorcy [w %]	196
Wykres 36. Komentarze wydarzeń kościelnych i społecznych – nadawcy [w %]	196
Wykres 37. Włączenie się w dyskusje w social mediach [w %].....	197
Wykres 38. Czy kontaktujesz się z osobami objętymi troską duszpasterską/katechizowanymi [w %]	198
Wykres 39. Treści poruszane poprzez komunikatory [w %]	199

Wykres 40. Czy w serwisach społecznościowych prowadzisz profile/strony/kanały [w %].....	200
Wykres 41. Czy prowadzisz strony internetowe o treści ewangelizacyjnej? [w %]	201
Wykres 42. Publikowanie treści – sposoby [w %]	202
Wykres 43. Poruszana problematyka w publikowanych postach [w %].....	202
Wykres 44. Częstotliwość publikacji [w %].....	203
Wykres 45. Tematyka religijna [w %].....	204
Wykres 46. Poruszanie tematu ewangelizacji i treści ewangelicznych [w %]	204
Wykres 47. Częstotliwość przypominania zasad Katolickiej Nauki Społecznej [w %].....	205
Wykres 48. Tematyka: respektowanie wartości ewangelicznych, jedność, nadzieja [w %]	206
Wykres 49. Tematyka: formowanie sumienia, kształtowanie ładu moralnego [w %] .	206
Wykres 50. Tematyka: troska o ubogich [w %]	207
Wykres 51. Tematyka: prawdo, dobro, piękno [w %].....	207
Wykres 52. Tematyka: misyjność, ekumenizm, dialog międzyreligijny [w %].....	208
Wykres 53. Tematyka: niewiara, apostazja, indyferentyzm religijny [w %]	208
Wykres 54. Tematyka: komentarze, rozważania biblijne [w %].....	209
Wykres 55. Relacje na żywo [w %].....	209
Wykres 56. Czy zamieszczałeś linki do wydarzeń diecezjalnych? [w %]	211
Wykres 57. Linki do wydarzeń diecezjalnych [w %].....	211
Wykres 58. Czy zamieszczałeś odnośniki do stron diecezjalnych, ewangelizacyjnych, katolickich? [w %].....	212

Wykres 59. Sposoby publikowania treści: konto prywatne, konto dodatkowe [w %]..	213
Wykres 60. Sposoby publikowania: ksiądz/alumn, osoba prywatna [w %]	213
Wykres 61. Publikowanie na forach i grupach [w %].....	214
Wykres 62. Grupy odbiorców treści [w %].....	215
Wykres 63. Publikowanie przy pomocy „Relacji”, „InstaStory”	215
Wykres 64. Rodzaje publikowanych „relacji” [w %]	216
Wykres 65. Czy jest możliwość komentowania? [w %].....	216
Wykres 66. Jakich komentarzy jest więcej? [w %].....	217
Wykres 67. Tematyka komentarzy [w %].....	218
Wykres 68. Moderowanie komentarzy [w %]	218

2. Tabele

Tabela 1. Jak można wykorzystać social media w ewangelizacji. Pytanie otwarte.....	226
Tabela 2. Zagrożenia płynące z social mediów. Pytanie otwarte.....	236
Tabela 3. Ważne kwestie - nieujęte w ankiecie. Pytanie otwarte.....	238

3. Grafiki

Grafika 1. Strona tytułowa diecezji na FB (stan z 16.02.2022.)	247
Grafika 2. Strona tytułowa diecezji na TT (stan z 16.02.2022.)	249
Grafika 3. Kanał diecezji na YT (stan z 16.02.2022.).....	249

Grafika 4. #diecezjazamojskolubaczowska (stan z 16.02.2022.)	251
Grafika 5. Strona tytułowa ZSE na FB (stan z 16.02.2022.)	252
Grafika 6. Strona tytułowa Caritas na FB (stan z 16.02.2022.)	253
Grafika 7. Strona tytułowa WSD na FB (stan z 16.02.2022.)	255
Grafika 8. Kanał WSD na YT (stan z 16.02.2022.)	256
Grafika 9. Konto WSD na Instagramie (stan na 16.02.2022.)	257
Grafika 10. Strona tytułowa KRZ na FB (stan na 16.02.2022.)	258
Grafika 11. Kanał KRZ na YT (stan na 16.02.2022.)	259
Grafika 12. Strona tytułowa NZL na FB (stan na 08.03.2022.)	260
Grafika 13. Strona NZL na TT (stan na 08.03.2022.)	261
Grafika 14. Konto FB ks. Piotra Spyry (stan na 08.03.2022.)	264
Grafika 15. Konto FB ks. Sławomira Korony (stan na 08.03.2022.)	265
Grafika 16. Strona ekatecheta na FB (stan na 08.03.2022.)	267
Grafika 17. Informacje o Dniu Chorego - opublikowane na FB diecezji (dostęp 16.02.2022.)	387
Grafika 18. Informacje o dniu skupienia "Przyjaciół Oblubieńca" - opublikowane na FB diecezji (dostęp 16.02.2022.)	387
Grafika 19. Informacje o peregrynacji relikwii bł. Hanny Chrzanowskiej - opublikowane na FB diecezji (dostęp 16.02.2022.)	388
Grafika 20. Informacje o niedzieli radiowej w parafii - opublikowane na FB diecezji (dostęp 16.02.2022.)	388
Grafika 21. Informacje o Gorajskim kolędowaniu - opublikowane na FB diecezji (dostęp 16.02.2022.)	389

Grafika 22. Informacje o inauguracji synodu - opublikowane na FB diecezji (dostęp 16.02.2022.).....	389
Grafika 23. Informacje o Dniu papieskim - opublikowane na FB diecezji (dostęp 16.02.2022.).....	390
Grafika 24. Informacje o zatwierdzeniu dekretu beatyfikacyjnego ks. kard. Stefana Wyszyńskiego - opublikowane na FB diecezji (dostęp 16.02.2022.).....	390
Grafika 25. Miłość w Biblii... lektura nie tylko na Walentynki - opublikowane na FB diecezji (dostęp 16.02.2022.)	391
Grafika 26. Adoracja z rodzinami - opublikowane na FB diecezji (dostęp 16.02.2022.).....	391
Grafika 27. Uwielbienie, słowo, relacje - plakat - opublikowane na FB diecezji (dostęp 16.02.2022.).....	392
Grafika 28. Kurs Betania – plakat opublikowany na FB ZSE (dostęp 16.02.2022.)....	392
Grafika 29. Spotkanie dla kobiet – plakat publikowany na FB ZSE (dostęp 16.02.2022.).....	393
Grafika 30. Szkoła życia Słowem Bożym – plakat publikowany na FB ZSE (dostęp 16.02.2022.).....	393
Grafika 31. Kurs Nowe Życie – plakat publikowany na FB ZSE (dostęp 16.02.2022.).....	394
Grafika 32. Kurs Rafał – plakat publikowany na FB ZSE (dostęp 16.02.2022.).....	394
Grafika 33. Kurs Maria Magdalena – plakat publikowany na FB ZSE (dostęp 16.02.2022.).....	395
Grafika 34. Mamy już 5 lat - plakat publikowany na FB ZSE (dostęp 16.02.2022.) ...	395
Grafika 35. Relacja z Kursu Nowe Życie - opublikowane na FB ZSE (dostęp 16.02.2022.).....	396
Grafika 36. Świadeństwo – opublikowane na FB ZSE (dostęp 16.02.2022.).....	396

Grafika 37. Relacja z obchodów Światowego Dnia Chorego w Szczepieszyńcu - opublikowane na FB Caritas (dostęp 16.02.2022.).....	397
Grafika 38. Przygotowanie do wigilii organizowanej przez Caritas - opublikowane na FB Caritas (dostęp 16.02.2022.)	397
Grafika 39. Zaproszenie na warsztaty -opublikowane na FB Caritas (dostęp 16.02.2022.)	398
Grafika 40. Wizyta kolędowa w seminarium - opublikowane na FB WSD (dostęp 16.02.2022.)	398
Grafika 41. Dzień skupienia w seminarium – opublikowane na FB WSD (dostęp 16.02.2022.)	399
Grafika 42. Rozpoczęcie roku akademickiego – opublikowane na FB WSD (dostęp 16.02.2022.)	399
Grafika 43. Alumni na Exodusie Młodych – opublikowane na FB WSD (dostęp 16.02.2022.)	400
Grafika 44. Udział w Triduum Paschalnym w Katedrze – opublikowane na FB WSD (dostęp 16.02.2022.)	400
Grafika 45. Udostępnienie filmu z serii FollowMe – opublikowane na FB WSD (dostęp 16.02.2022.)	401
Grafika 46. Plakat powołaniowy – opublikowane na FB WSD (dostęp 16.02.2022.)	401
Grafika 47. Informacja o szczegółach rekrutacji – opublikowane na FB WSD (dostęp 16.02.2022.)	402
Grafika 48. Informacja o rekrutacji – opublikowane na FB WSD (dostęp 16.02.2022.)	402
Grafika 49. Nowe znaki drogowe – opublikowane na FB KRZ (dostęp 16.02.2022.)	403
Grafika 50. Dane statystyczne na zamojskich drogach – opublikowane na FB KRZ (dostęp 16.02.2022.)	403

Grafika 51. Dzień Pamięci o Ofiarach Holocaustu – opublikowane na FB KRZ (dostęp 16.02.2022.).....	403
Grafika 52. Rocznica powstania styczniowego – opublikowane na FB KRZ (dostęp 16.02.2022.).....	404
Grafika 53. Informacje sportowe – opublikowane na FB KRZ (dostęp 16.02.2022.)..	404
Grafika 54. Informacje o bonie turystycznym – opublikowane na FB KRZ (dostęp 16.02.2022.).....	404
Grafika 55. Audycja "Apostołowie znani i nieznani" – opublikowane na FB KRZ (dostęp 16.02.2022.).....	405
Grafika 56. Siostry Franciszki Misjonarki Maryi w Złójcu – opublikowane na FB KRZ (dostęp 16.02.2022.).....	405
Grafika 57. Peregrynacja relikwii bł. Stefana Wyszyńskiego – opublikowane na FB KRZ (dostęp 16.02.2022.).....	406
Grafika 58. Różaniec kobiet – opublikowane na FB KRZ (dostęp 16.02.2022.)	406
Grafika 59. Wspomnienie św. Błażeja – opublikowane na FB KRZ (dostęp 16.02.2022.)	407
Grafika 60. Katolickie Stowarzyszenie Civitas Christiana w Zamościu - strona tytułowa na FB (stan z 16.02.2022.)	407
Grafika 61. Wspólnota Chrystusa Zmartwychwstałego Galilea - strona tytułowa na FB (stan z 16.02.2022.0	408
Grafika 62. Katolickie Stowarzyszenie Młodzieży - strona tytułowa na FB (stan z 16.02.2022.)	408
Grafika 63. Ruch Światło Życie - strona tytułowa na FB (stan z 16.02.2022.)	408
Grafika 64. Exodus Młodych - strona tytułowa na FB (stan z 16.02.2022.).....	409
Grafika 65. Exodus Młodych - strona tytułowa na Twitterze (stan z 16.02.2022.)	409

Grafika 66. Exodus Młodych - kanał na YT (stan z 16.02.2022.).....	409
Grafika 67. Exodus Młodych - strona tytułowa na Instagramie (stan z 16.02.2022.)..	410
Grafika 68. Ks. Piotr Spyra - wpis na profilu FB (stan z dnia 16.02.2022.)	410
Grafika 69. Ks. Sławomir Korona - Ewangelia przed kawą - post na FB (stan z 16.02.2022.)	411
Grafika 70. ekatecheta - wpis na stronie FB (stan z 16.02.2022.).....	411

Aneks

1. Pismo biskupa zamojsko-lubaczowskiego



**BISKUP
ZAMOJSKO-LUBACZOWSKI**

Zamość, 20 stycznia 2021 r.

L. dz. 32/GI/21

Przewielebny

Ks. mgr lic. Wojciech Suchowierz

Wikariusz parafii pw. Przemienienia Pańskiego

w Tamogrodzie

Czcigodny Księżu,

Pozytywnie przychylam się do prośby Księdza dotyczącej przeprowadzenia badań naukowych z zakresu możliwości korzystania z social mediów jako narzędzia ewangelizacyjnego wśród księży, kleryków oraz katechetów w naszej diecezji w celu napisania rozprawy naukowej pw. „Social Media jako narzędzia ewangelizacyjne w diecezji zamojsko-lubaczowskiej” pisanej w Instytucie Nauk Teologicznych Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego Jana Pawła II pod kierunkiem dra hab. Michała Wyrostkiewicza, prof. KUL.



+ Marian Rojek

† Marian Rojek
BISKUP ZAMOJSKO-LUBACZOWSKI

2. Pismo przewodnie kierownika projektu badawczego



KATOLICKI UNIwersYTET LUBELSKI JANA PAWŁA II
Instytut Nauk Teologicznych

Lublin, 25 stycznia 2021 r.

Czcigodny Księżu,

nie mam wątpliwości, że znakomicie zdaje sobie Ksiądz sprawę z tego, iż praca naukowa jest działaniem tak samo potrzebnym, jak i trudnym. Jej znaczenie bierze się przede wszystkim z tego, że przybliża ona do prawdy nie tylko samego naukowca, a też inne osoby, które korzystają z jego dorobku. W ten sposób efekty nauki stają się dobrem wspólnym i narzędziem prawdziwego rozwoju integralnego poszczególnych osób oraz całego społeczeństwa. Wspomniana trudność związana z uprawianiem nauki wynika z konieczności poświęcenia czasu oraz systematycznego i uporządkowanego działania, a także z tego, iż niejednokrotnie niewystarczające są możliwości pojedynczego badacza. Nierzadko musi się on posiłkować wsparciem innych osób, które pozwalają mu uzyskać dane stanowiące materię badawczą.

W takiej niełatwej sytuacji, kiedy to trudność badań jest spotęgowana przez konieczność udziału osób niezaangażowanych bezpośrednio w proces naukowy, znajduje się ks. mgr lic. Wojciech Suchowier – doktorant w Instytucie Nauk Teologicznych KUL. Podjął się on realizacji ambitnego projektu naukowego, którego zwieńczeniem ma być rozprawa doktorska napisana pod moim kierunkiem.

Jako promotor doktoratu Księdza Suchowierza dołączam się do jego prośby o wypełnienie przygotowanej przez niego ankiety. Mając świadomość, że trzeba na to poświęcić nieco czasu i uwagi, decyduję się jednak, aby w imieniu swoim i doktoranta prosić o tę współpracę. Informacje niezbędne do przeprowadzenia zamierzonych badań są niemożliwe do uzyskania w inny sposób, jak tylko za pomocą ankiety skierowanej do duchownych korzystających z mediów społecznościowych. Odwołanie się do Księdza wiedzy i doświadczenia jest niezbędne do realizacji badań. Bez Księdza życzliwości wyrażającej się w wypełnieniu ankiety efekty naukowego przedsięwzięcia księdza Wojciecha będą nie tylko niepełne, ale wręcz nieprawdziwe. W ten sposób realizowane przez niego działanie nie spełni podstawowego zadania stawianego przed projektami naukowymi, którym jest wspomniane już wcześniej odkrywanie prawdy. Poświęcając nieco czasu i podejmując trud rzetelnego wypełnienia ankiety włączy się Ksiądz w ważne dzieło zmierzające do odkrycia i upowszechnienia prawdy na temat miejsca i roli mediów społecznościowych w działalności ewangelizacyjnej Kościoła Zamojsko-Lubaczowskiego; w pewnym sensie stanie się Ksiądz współodkrywcą tego, co w ramach swojego projektu doktorskiego bada ksiądz magister licencjat Wojciech Suchowierz.

Licząc na Księdza zrozumienie i życzliwość już w tym miejscu serdecznie dziękuję za pomoc w realizacji badań ks. Wojciecha. Dołączam wyrazy szacunku i serdeczne pozdrowienia. Szczęść Boże!

Dr hab. Michał Wyrostkiewicz, prof. KUL

Promotor

Wicedyrektor Instytutu Nauk Teologicznych
Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego Jana Pawła II

3. Słowo autora badań

3.1. Do kapłanów

Czcigodny Bracie Kapłanie.

Nazywam się ks. Wojciech Suchowierz.

W ramach przygotowywanej przeze mnie interdyscyplinarnej rozprawy doktorskiej z zakresu nauk teologicznych i medioznawstwa prowadzę badania, których częścią jest niniejsza ankieta. Ankieta jest anonimowa, zaś badania przyczynią się do odkrycia możliwości i potencjału mediów społecznościowych jako narzędzia ewangelizacyjnego. Informacje o Księdza odpowiedziach będą wykorzystane jedynie w zbiorczych analizach statystycznych. Nie są gromadzone żadne dane, które mogłyby posłużyć do identyfikacji Księdza odpowiedzi.

3.2. Do katechetów

Drodzy Bracia i Siostry Zakonne, Szanowni Państwo.

Nazywam się ks. Wojciech Suchowierz.

W ramach przygotowywanej przeze mnie interdyscyplinarnej rozprawy doktorskiej z zakresu nauk teologicznych i medioznawstwa prowadzę badania, których częścią jest niniejsza ankieta. Ankieta jest anonimowa, zaś badania przyczynią się do odkrycia możliwości i potencjału mediów społecznościowych jako narzędzia ewangelizacyjnego. Informacje o Państwa odpowiedziach będą wykorzystane jedynie w zbiorczych analizach statystycznych. Nie są gromadzone żadne dane, które mogłyby posłużyć do identyfikacji Państwa odpowiedzi.

Większość pytań ma charakter wielokrotnego wyboru – można zaznaczyć więcej niż jedną odpowiedź. W niektórych pytaniach dano możliwość rozwinięcia wypowiedzi o

kwestie, które nie zostały ujęte w ankiecie – w tych miejscach proszę w dowolny sposób wpisać swoje przemyślenia. Serdecznie dziękuję za okazaną pomoc. Dołączam wyrazy należnego szacunku i kapłańskie błogosławieństwo.

3.3. Do alumnów

Czcigodny Bracie Alumnie.

Nazywam się ks. Wojciech Suchowierz.

W ramach przygotowywanej przeze mnie interdyscyplinarnej rozprawy doktorskiej z zakresu nauk teologicznych i medioznawstwa prowadzę badania, których częścią jest niniejsza ankietka. Ankietka jest anonimowa, zaś badania przyczynią się do odkrycia możliwości i potencjału mediów społecznościowych jako narzędzia ewangelizacyjnego. Informacje o Alumna odpowiedziach będą wykorzystane jedynie w zbiorczych analizach statystycznych. Nie są gromadzone żadne dane, które mogłyby posłużyć do identyfikacji odpowiedzi Czcigodnego Alumna. Pytania o korzystanie z mediów społecznościowych dotyczą zakresu dozwolonego przez regulamin seminarium.

Większość pytań ma charakter wielokrotnego wyboru – można zaznaczyć więcej niż jedną odpowiedź. W niektórych pytaniach dano możliwość rozwinięcia wypowiedzi o kwestie, które nie zostały ujęte w ankiecie – w tych miejscach proszę w dowolny sposób wpisać swoje przemyślenia. Serdecznie dziękuję za okazaną pomoc. Dołączam wyrazy należnego szacunku i kapłańskie błogosławieństwo.

4. Narzędzie badawcze

4.1. Ankieta dla księży

Ankieta badająca użycie social mediów w dziele ewangelizacji w Diecezji Zamojsko - Lubaczowskiej

Czcigodny Bracie Kapłanie.

Nazywam się ks. Wojciech Suchowierz.

W ramach przygotowywanej przeze mnie interdyscyplinarnej rozprawy doktorskiej z zakresu nauk teologicznych i medioznawstwa prowadzę badania, których częścią jest niniejsza ankieta. Ankieta jest anonimowa, zaś badania przyczynią się do odkrycia możliwości i potencjału mediów społecznościowych jako narzędzia ewangelizacyjnego. Informacje o Księdza odpowiedziach będą wykorzystane jedynie w zbiorczych analizach statystycznych. Nie są gromadzone żadne dane, które mogłyby posłużyć do identyfikacji Księdza odpowiedzi.

Większość pytań ma charakter wielokrotnego wyboru – można zaznaczyć więcej niż jedną odpowiedź. W niektórych pytaniach dano możliwość rozwinięcia wypowiedzi o kwestie, które nie zostały ujęte w ankiecie – w tych miejscach proszę w dowolny sposób wpisać swoje przemyślenia. Serdecznie dziękuję za okazaną pomoc. Dołączam wyrazy należnego szacunku i serdeczne kapłańskie pozdrowienia.

*Wymagane

1. Proszę zaznaczyć swój przedział wiekowy. *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź.

- 24 - 30
- 31 - 40
- 41 - 50
- 51 - 60
- 61 - 70
- 71 i więcej

2. Proszę zaznaczyć swoje lata kapłaństwa. *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź.

- do 3 lat kapłaństwa
- 4 - 6 lat kapłaństwa
- 7 - 11 lat kapłaństwa
- 12 - 20 lat kapłaństwa
- 21 - 30 lat kapłaństwa
- 31 - 40 lat kapłaństwa
- 41 i więcej lat kapłaństwa

3. Jaką funkcję Ksiądz pełni? *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź.

- Wikariusz
- Proboszcz
- Rektor kościoła
- Kapelan szpitala/więzienia
- Wychowawca w seminarium
- Pracownik Kurii Biskupiej
- Student/pracownik naukowy (proszę zaznaczyć tę odpowiedź tylko jeżeli jednocześnie nie pełni Ksiądz żadnej z powyższych funkcji)
- Emeryt
- Przebywam na urlopie
- Rezydent
- Misjonarz
- Inne: _____

4. Czy korzysta Ksiądz z mediów społecznościowych? *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź.

- Tak *Przejdź do pytania 6*
- Nie *Przejdź do pytania 5*

Korzystanie z mediów społecznościowych

5. Dlaczego nie korzysta Ksiądz z mediów społecznościowych? *

Przejdź do pytania 59

Informacje ogólne o sposobie korzystania z mediów społecznościowych

6. Z jakich serwisów społecznościowych Książdz korzysta? *

Zaznacz wszystkie właściwe odpowiedzi.



Facebook



Instagram



Twitter



YouTube



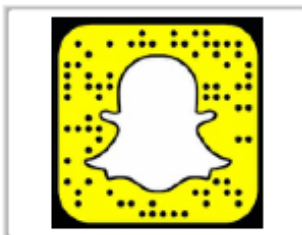
Google+



LinkedIn



Pinterest



Snapchat



Tumblr



TikTok

Inne: _____

7. Jak często korzysta Ksiądz z serwisów społecznościowych? *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź.

- Kilka razy dziennie
 Raz dziennie
 Kilka razy w tygodniu
 Kilka razy w miesiącu
 Rzadziej

8. Czy obserwuje Ksiądz oficjalne profile osób i instytucji kościelnych? *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź w rzędzie.

	Tak	Nie
Papież	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Biskup diecezjalny	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Diecezja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Szkoły katolickie diecezji	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Parafie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Grupy i stowarzyszenia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9. W jaki sposób korzysta Ksiądz z serwisów społecznościowych? *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź.

- Jestem raczej tylko odbiorcą treści *Przejdź do pytania 10*
 Jestem odbiorcą a także tworzę i publikuję lub udostępniam treści *Przejdź do pytania 18*

Treści w mediach społecznościowych - tylko odbiorcy.

10. Jakie treści budzą największe zainteresowanie Księdza podczas korzystania z serwisów społecznościowych? *

Zaznacz wszystkie właściwe odpowiedzi.

- Religijne
 Społeczne
 Naukowe
 Obyczajowe
 Hobbystyczne

Inne: _____

Publikowanych na oficjalnych profilach polityków	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Publikowanych na oficjalnych profilach aktorów, dziennikarzy, itp.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Publikowanych na oficjalnych profilach mediów	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Publikowanych na forach, grupach i stronach katechetycznych	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Publikowanych na forach, grupach i stronach ewangelizacyjnych	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

14. Czy w serwisach społecznościowych komentuje Ksiądz bieżące wydarzenia kościelne i społeczne? Proszę zaznaczyć odpowiednio: [0 – wcale] – [5 – bardzo często]. *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź w rzędzie.

	0	1	2	3	4	5
Nauczanie papieża	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Decyzje papieża	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nauczanie i decyzje biskupa diecezjalnego	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wydarzenia diecezjalne	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wydarzenia ogólnokościelne	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wydarzenia społeczne krajowe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wydarzenia społeczne międzynarodowe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

15. Czy włącza się Ksiądz w różnego rodzaju dyskusje jakie odbywają się w serwisach społecznościowych? *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź.

- Tak, czynię to aktywnie
 Nie
 Czasami

16. Czy kontaktuje się Ksiądz z osobami objętymi troską duszpasterską poprzez aplikacje społecznościowe typu "Messenger"? *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź.

- Tak
 Nie

17. Jeżeli w poprzednim pytaniu wskazał Ksiądz odpowiedź twierdzącą proszę napisać jakiego rodzaju najczęściej są to wiadomości? *

Zaznacz wszystkie właściwe odpowiedzi.

- Porady duchowe
 Informacje o terminie spotkań grupy duszpasterskiej
 Zaproszenia do udziału w wydarzeniach
 Wiadomości zawierające materiały ewangelizacyjne
 Nie dotyczy

Inne: _____

Przejdź do pytania 59

Treści w mediach społecznościowych – odbiorcy i nadawcy.

18. Jakie treści budzą największe zainteresowanie Księdza podczas korzystania z serwisów społecznościowych? *

Zaznacz wszystkie właściwe odpowiedzi.

- Religijne
 Społeczne
 Naukowe
 Obyczajowe
 Hobbystyczne

Inne: _____

19. Czy uważa Ksiądz, że media społecznościowe mogą stanowić współczesne narzędzie ewangelizacyjne? *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź.

- Tak
 Nie
 Może

20. Czy w serwisach społecznościowych prowadzi Ksiądz profile/strony/kanaly o treści ewangelizacyjnej? *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź.

- Tak
 Nie

26. Czy w serwisach społecznościowych komentuje Ksiądz bieżące wydarzenia kościelne i społeczne? Proszę zaznaczyć odpowiednio: [0 – wcale] – [5 – bardzo często]. *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź w rzędzie.

	0	1	2	3	4	5
Nauczanie papieża	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Decyzje papieża	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nauczanie i decyzje biskupa diecezjalnego	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wydarzenia diecezjalne	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wydarzenia ogólnokościelne	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wydarzenia społeczne krajowe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wydarzenia społeczne międzynarodowe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

27. Czy włącza się Ksiądz w różnego rodzaju dyskusje jakie odbywają się w serwisach społecznościowych? *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź.

- Tak, czynię to aktywnie
 Nie
 Czasami

28. Publikując treści w mediach społecznościowych jest Ksiądz bardziej ich twórcą, czy raczej czyni to w formie udostępnienia? *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź.

- Zazwyczaj tworzą samodzielnie posty
 Raczej tylko udostępniam posty
 Jestem zarówno twórcą treści jak i udostępniam posty innych osób

29. Treści, które Ksiądz publikuje w serwisach społecznościowych dotyczą najczęściej problematyki: *

Zaznacz wszystkie właściwe odpowiedzi.

- Religijnej
 Społecznej
 Naukowej
 Obyczajowej
 Osobistej

Inne: _____

43. Jeśli w poprzednim pytaniu zaznaczył Ksiądz opcję "tak", proszę wskazać do jakich wydarzeń diecezjalnych zamieszczał ksiądz linki. *

Zaznacz wszystkie właściwe odpowiedzi.

- Exodus młodych
- Diecezjalne spotkania dla ministrantów i lektorów
- Konferencje naukowe
- Wieczór uwielbienia
- Diecezjalne Święto Płonów
- Pielgrzymki
- Koncerty
- Spotkania ewangelizacyjne
- Festiwale
- Dożynki
- Rekolekcje i spotkania formacyjne
- Nie dotyczy

Inne: _____

44. Czy zamieszcza Ksiądz odnośniki do stron diecezjalnych, ewangelizacyjnych, lub ogólnie o charakterze katolickim? *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź.

- Tak
- Nie
- Czasami

Informacje ogólne o publikowanych treściach

45. Czy w serwisach społecznościowych publikuje Ksiądz treści na swoich prywatnych kontaktach/profilach/kanałach czy też używając innych dodatkowo założonych stron/kanałów (np. strony na Facebooku, kanał na YouTube). *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź.

- Konto prywatne/profil/kanał
- Dodatkowe konto/strona/kanał
- Posługuję się oboma sposobami

46. Czy publikując treści w serwisach społecznościowych czyni Ksiądz to jako kapłan czy osoba prywatna? *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź.

- Tylko jako kapłan
- Tylko jako osoba prywatna
- Posługuję się oboma sposobami

47. Czy publikuje Ksiądz treści na różnego rodzaju forach/grupach? *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź.

Tak

Nie

48. Jeżeli w poprzednim pytaniu udzielił Ksiądz twierdzącej odpowiedzi proszę podać przykładowe fora i grupy w mediach społecznościowych na których Ksiądz publikuje treści.

49. Do jakiej grupy odbiorców dociera Ksiądz z treściami publikowanymi w mediach społecznościowych? Można zaznaczyć kilka odpowiedzi. *

Zaznacz wszystkie właściwe odpowiedzi.

- Dzieci
 Młodzież
 Dorośli
 Chorzy, osoby starsze
 Duchowni
 Ludzie nauki, artyści

50. Czy przy publikowaniu treści korzysta Ksiądz z opcji "Relacji", "InstaStory" itp.? *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź.

Tak

Nie

51. Jeżeli w poprzednim pytaniu wskazał Ksiądz odpowiedź twierdzącą proszę zaznaczyć jakiego rodzaju są to "relacje"? *

Zaznacz wszystkie właściwe odpowiedzi.

- Relacje ze spotkań duszpasterskich
 Relacje ewangelizacyjne
 Relacje "z przesłaniem"
 Osobiste
 Nie dotyczy

Inne: _____

52. Czy kontaktuje się Ksiądz z osobami objętymi troską duszpasterską poprzez aplikacje społecznościowe typu "Messenger"? *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź.

- Tak
 Nie

53. Jeżeli w poprzednim pytaniu wskazał Ksiądz odpowiedź twierdzącą proszę napisać jakiego rodzaju najczęściej są to wiadomości? *

Zaznacz wszystkie właściwe odpowiedzi.

- Porady duchowe
 Informacje o terminie spotkań grupy duszpasterskiej
 Zaproszenia do udziału w wydarzeniach
 Wiadomości zawierające materiały ewangelizacyjne
 Nie dotyczy

Inne: _____

Przejdź do pytania 54

Komentarze

54. Czy publikowane przez Księdza treści mają opcję komentowania?

Zaznacz tylko jedną odpowiedź.

- Tak
 Nie

55. Jakich komentarzy jest więcej? *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź.

- pozytywnych (konstruktywnych, krytycznych, opiniujących)
 negatywnych (szkalujących, wulgarnych, niecenzuralnych)

56. Czego najczęściej dotyczą komentarze?

Zaznacz wszystkie właściwe odpowiedzi.

- Opublikowanych treści
 Osoby autora opublikowanych treści
 Spraw z życia Kościoła niezwiązanych z opublikowaną treścią (forma komentarza do bieżących wydarzeń z życia Kościoła)
 Tematów niezwiązanych z opublikowanymi treściami
Inne: _____

57. Czy komentarze zamieszczone przez internautów są moderowane? *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź.

- nie są moderowane
 są moderowane przez opublikowaniem (komentarz ukazuje się dopiero po zatwierdzeniu przez moderatora)
 są moderowane po opublikowaniu (komentarz wyświetla się bezpośrednio pod treścią, w razie potrzeby może zostać usunięty)
 stosuję obie opcje moderowania komentarzy

58. Z jakiego powodu trzeba najczęściej usuwać komentarze internautów?

Ostatnie pytania

59. Jak można zdaniem Księdza, bazując na własnym doświadczeniu lub obserwacji, wykorzystać media społecznościowe w postudze kapłańskiej?

60. Czy widzi Ksiądz jakieś zagrożenia lub niebezpieczeństwa dla posługi i życia kapłańskiego wynikające z korzystania z mediów społecznościowych przez prezbiterów? Jeśli tak, to jakie? *

61. Czy są jeszcze jakieś rzeczy, które nie zostały ujęte w ankiecie, a wydają się być ważne? *

62. Dla celów statystycznych, proszę wpisać swój adres mailowy (nie będzie on powiązany z konkretnymi odpowiedziami). Podanie adresu mailowego jest dobrowolne.

Serdecznie dziękuję za poświęcony czas i wypełnienie ankiety.

autor: ks. mgr lic. Wojciech Suchowierz
Instytut Nauk Teologicznych
Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II

Ta treść nie została utworzona ani zatwierdzona przez Google.

Formularze Google

4.2. Ankieta dla katechetów

Ankieta badająca użycie social mediów w dziele ewangelizacji w Diecezji Zamojsko – Lubaczowskiej

Drodzy Bracia i Siostry Zakonne, Szanowni Państwo.

Nazywam się ks. Wojciech Suchowierz.

W ramach przygotowywanej przeze mnie interdyscyplinarnej rozprawy doktorskiej z zakresu nauk teologicznych i medioznawstwa prowadzę badania, których częścią jest niniejsza ankieta. Ankieta jest anonimowa, zaś badania przyczynią się do odkrycia możliwości i potencjału mediów społecznościowych jako narzędzia ewangelizacyjnego. Informacje o Państwa odpowiedziach będą wykorzystane jedynie w zbiorczych analizach statystycznych. Nie są gromadzone żadne dane, które mogłyby posłużyć do identyfikacji Państwa odpowiedzi.

Większość pytań ma charakter wielokrotnego wyboru – można zaznaczyć więcej niż jedną odpowiedź. W niektórych pytaniach dano możliwość rozwinięcia wypowiedzi o kwestie, które nie zostały ujęte w ankiecie – w tych miejscach proszę w dowolny sposób wpisać swoje przemyślenia. Serdecznie dziękuję za okazaną pomoc. Dołączam wyrazy należnego szacunku i kapłańskie błogosławieństwo.

**Wymagane*

1. Proszę zaznaczyć swój przedział wiekowy. *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź.

- 24 - 30
- 31 - 40
- 41 - 50
- 51 - 60
- 61 - 70
- 71 i więcej

2. Proszę zaznaczyć swoje lata pracy w dziele katechizacji. *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź.

- do 3 lat
- 4 - 6 lat
- 7 - 11 lat
- 12 - 20 lat
- 21 - 30 lat
- 31 i więcej lat

3. Proszę wskazać właściwą odpowiedź. *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź.

- jestem bratem zakonnym
- jestem siostrą zakonną
- jestem katechstką świecką
- jestem katechetą świeckim

4. Czy korzysta Siostra/Brat/Pani/Pan z mediów społecznościowych *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź.

- Tak *Przejdź do pytania 6*
 Nie *Przejdź do pytania 5*

Korzystanie z mediów społecznościowych

5. Dlaczego nie korzysta Siostra/Brat/Pani/Pan z mediów społecznościowych? *

Przejdź do pytania 5B

Informacje ogólne o sposobie korzystania z mediów społecznościowych

6. Z jakich serwisów społecznościowych Siostra/Brat/Pani/Pan korzysta? *

Zaznacz wszystkie właściwe odpowiedzi.



Facebook



Instagram









Twitter



YouTube



	
<input type="checkbox"/> Google+	<input type="checkbox"/> LinkedIn
	
<input type="checkbox"/> Pinterest	<input type="checkbox"/> Snpachat
	
<input type="checkbox"/> Tumblr	<input type="checkbox"/> TikTok
Inne: <input type="checkbox"/> _____	

7. Jak często korzysta Siostra/Brat/Pani/Pan z serwisów społecznościowych? *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź.

- Kilka razy dziennie
 Raz dziennie
 Kilka razy w tygodniu
 Kilka razy w miesiącu
 Rzadziej

B. Czy obserwuje Siostra/Brat/Pani/Pan oficjalne profile osób i instytucji kościelnych? *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź w rzędzie.

	Tak	Nie
Papież	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Biskup diecezjalny	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Diecezja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Szkoły katolickie diecezji	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Parafie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Grupy i stowarzyszenia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

14. Czy w serwisach społecznościowych komentuje Siostra/Brat/Pani/Pan bieżące wydarzenia kościelne i społeczne? Proszę zaznaczyć odpowiednio: [0 – wcale] – [5 – bardzo często]. *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź w rzędzie.

	0	1	2	3	4	5
Nauczanie papieża	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Decyzje papieża	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nauczanie i decyzje biskupa diecezjalnego	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wydarzenia diecezjalne	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wydarzenia ogólnokościelne	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wydarzenia społeczne krajowe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wydarzenia społeczne międzynarodowe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

15. Czy włącza się Siostra/Brat/Pani/Pan w różnego rodzaju dyskusje jakie odbywają się w serwisach społecznościowych? *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź.

- Tak, czynię to aktywnie
 Nie
 Czasami

16. Czy kontaktuje się Siostra/Brat/Pani/Pan z katechizowanymi poprzez aplikacje społecznościowe typu "Messenger"? *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź.

- Tak
 Nie

17. Jeżeli w poprzednim pytaniu wskazał/a Siostra/Brat/Pani/Pan odpowiedź twierdzącą proszę napisać jakiego rodzaju najczęściej są to wiadomości? *

Zaznacz wszystkie właściwe odpowiedzi.

- Porady duchowe
 Informacje o terminie spotkań grupy duszpasterskiej
 Zaproszenia do udziału w wydarzeniach
 Wiadomości zawierające materiały ewangelizacyjne
 Nie dotyczy

Inne: _____

Przejdź do pytania 58

Treści w mediach społecznościowych - odbiorcy i nadawcy.

18. Jakie treści budzą największe zainteresowanie Siostry/Brata/Pani/Pana podczas korzystania z serwisów społecznościowych? *

Zaznacz wszystkie właściwe odpowiedzi.

- Religijne
 Społeczne
 Naukowe
 Obyczajowe
 Hobbystyczne

Inne: _____

19. Czy uważa Siostra/Brat/Pani/Pan, że media społecznościowe mogą stanowić współczesne narzędzie ewangelizacyjne? *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź.

- Tak
 Nie
 Może

20. Czy w serwisach społecznościowych prowadzi Siostra/Brat/Pani/Pan profile/strony/kanały o treści ewangelizacyjnej? *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź.

- Tak
 Nie

21. Jeżeli w poprzednim pytaniu odpowiedział/a Siostra/Brat/Pani/Pan twierdząco proszę napisać nazwę swojego profilu/strony/kanału oraz serwis społecznościowy na którym te treści są publikowane. Jeżeli jest ich kilka proszę o wypisanie wszystkich.

22. Czy prowadzi Siostra/Brat/Pani/Pan strony internetowe o treści ewangelizacyjnej? *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź.

- Tak
 Nie

23. Jeżeli w poprzednim pytaniu odpowiedział/a Siostra/Brat/Pani/Pan twierdząco proszę o napisanie adresu swojej witryny internetowej.

Publikowanych na oficjalnych profilach polityków	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Publikowanych na oficjalnych profilach aktorów, dziennikarzy, itp.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Publikowanych na oficjalnych profilach mediów	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Publikowanych na forach, grupach i stronach katechetycznych	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Publikowanych na forach, grupach i stronach ewangelizacyjnych	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

26. Czy w serwisach społecznościowych komentuje Siostra/Brat/Pani/Pan bieżące wydarzenia kościelne i społeczne? Proszę zaznaczyć odpowiednio: [0 – wcale] – [5 – bardzo często]. *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź w rzędzie.

	0	1	2	3	4	5
Nauczanie papieża	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Decyzje papieża	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nauczanie i decyzje biskupa diecezjalnego	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wydarzenia diecezjalne	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wydarzenia ogólnokościelne	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wydarzenia społeczne krajowe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wydarzenia społeczne międzynarodowe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

27. Czy włącza się Siostra/Brat/Pani/Pan w różnego rodzaju dyskusje jakie odbywają się w serwisach społecznościowych? *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź.

- Tak, czynię to aktywnie
 Nie
 Czasami

28. Publikując treści w mediach społecznościowych jest Siostra/Brat/Pani/Pan bardziej ich twórcą, czy raczej czyni to w formie udostępnienia? *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź.

- Zazwyczaj tworzą samodzielnie posty
- Raczej tylko udostępniam posty
- Jestem zarówno twórcą treści jak i udostępniam posty innych osób

29. Treści, które Siostra/Brat/Pani/Pan publikuje w serwisach społecznościowych dotyczą najczęściej problematyki: *

Zaznacz wszystkie właściwe odpowiedzi.

- Religijnej
- Społecznej
- Naukowej
- Obyczajowej
- Osobistej

Inne: _____

30. Jak często publikuje Siostra/Brat/Pani/Pan treści w mediach społecznościowych? *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź.

- Raz w miesiącu
- Raz w tygodniu
- Kilka razy w tygodniu
- Codziennie
- Kilka razy dziennie

31. Jeżeli publikuje Siostra/Brat/Pani/Pan w mediach społecznościowych materiały dotyczące problematyki religijnej to jakie zagadnienia one poruszają? Proszę wskazać jedno zagadnienie poruszane najczęściej. *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź.

- Wiara
- Życie moralne
- Modlitwa
- Nauczanie Kościoła
- Rodzina
- Wydarzenia diecezjalne
- Wydarzenia ogólnokościelne
- Nie publikuję takich treści

40. Czy publikuje Siostra/Brat/Pani/Pan treści, które moglibyśmy nazwać rozważaniami, komentarzami biblijnymi? *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź.

- Wcale
 Rzadko
 Czasami
 Często

41. Czy publikuje Siostra/Brat/Pani/Pan treści w formie przekazu na żywo? Przykładem może być prowadzenie wspólnej modlitwy online. *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź.

- Tak
 Nie

42. Czy zamieszcza/a Siostra/Brat/Pani/Pan treści i linki odsyłające do wydarzeń diecezjalnych? *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź.

- Tak
 Nie

43. Jeśli w poprzednim pytaniu zaznaczył/a Siostra/Brat/Pani/Pan opcję "tak", proszę wskazać do jakich wydarzeń diecezjalnych zamieszcza/a ksiądz linki. *

Zaznacz wszystkie właściwe odpowiedzi.

- Exodus młodych
 Diecezjalne spotkania dla ministrantów i lektorów
 Konferencje naukowe
 Wieczór uwielbienia
 Diecezjalne Święto Plonów
 Pielgrzymki
 Koncerty
 Spotkania ewangelizacyjne
 Festiwale
 Dożynki
 Rekolekcje i spotkania formacyjne
 Nie dotyczy

Inne: _____

44. Czy zamieszcza Siostra/Brat/Pani/Pan odnośniki do stron diecezjalnych, ewangelizacyjnych, lub ogólnie o charakterze katolickim? *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź.

- Tak
 Nie
 Czasami

Informacje ogólne o publikowanych treściach

45. Czy w serwisach społecznościowych publikuje Siostra/Brat/Pani/Pan treści na swoich prywatnych kontach/profilach/kanałach czy też używając innych dodatkowo założonych stron/kanałów (np. strony na Facebooku, kanał na YouTube). *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź.

- Konto prywatne/profil/kanał
 Dodatkowe konto/strona/kanał
 Posługuję się oboma sposobami

46. Czy publikuje Siostra/Brat/Pani/Pan treści na różnego rodzaju forach/grupach? *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź.

- Tak
 Nie

47. Jeżeli w poprzednim pytaniu udzielił/a Siostra/Brat/Pani/Pan twierdzącej odpowiedzi proszę podać przykładowe fora i grupy w mediach społecznościowych na których Siostra/Brat/Pani/Pan publikuje treści.

48. Do jakiej grupy odbiorców dociera Siostra/Brat/Pani/Pan z treściami publikowanymi w mediach społecznościowych? Można zaznaczyć kilka odpowiedzi. *

Zaznacz wszystkie właściwe odpowiedzi.

- Dzieci
 Młodzież
 Dorośli
 Chorzy, osoby starsze
 Duchowni
 Ludzie nauki, artyści

49. Czy przy publikowaniu treści korzysta Siostra/Brat/Pani/Pan z opcji "Relacji", "InstaStory" itp.? *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź.

Tak

Nie

50. Jeżeli w poprzednim pytaniu wskazał/a Siostra/Brat/Pani/Pan odpowiedź twierdzącą proszę zaznaczyć jakiego rodzaju są to "relacje"? *

Zaznacz wszystkie właściwe odpowiedzi.

Relacje ze spotkań duszpasterskich

Relacje ewangelizacyjne

Relacje "z przesłaniem"

Osobiste

Nie dotyczy

Inne: _____

51. Czy kontaktuje się Siostra/Brat/Pani/Pan z katechizowanymi poprzez aplikacje społecznościowe typu "Messenger"? *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź.

Tak

Nie

52. Jeżeli w poprzednim pytaniu wskazał/a Siostra/Brat/Pani/Pan odpowiedź twierdzącą proszę napisać jakiego rodzaju najczęściej są to wiadomości? *

Zaznacz wszystkie właściwe odpowiedzi.

Porady duchowe

Informacje o terminie spotkań grupy duszpasterskiej

Zaproszenia do udziału w wydarzeniach

Wiadomości zawierające materiały ewangelizacyjne

Nie dotyczy

Inne: _____

Przejdź do pytania 53

Komentarze

53. Czy publikowane przez Siostrę/Brata/Panią/Pana treści mają opcję komentowania?

Zaznacz tylko jedną odpowiedź.

Tak

Nie

54. Jakich komentarzy jest więcej? *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź.

- pozytywnych (konstruktywnych, krytycznych, opiniujących)
 negatywnych (szkalujących, wulgarnych, niecenzuralnych)

55. Czego najczęściej dotyczą komentarze?

Zaznacz wszystkie właściwe odpowiedzi.

- Opublikowanych treści
 Osoby autora opublikowanych treści
 Spraw z życia Kościoła niezwiązanych z opublikowaną treścią (forma komentarza do bieżących wydarzeń z życia Kościoła)
 Tematów niezwiązanych z opublikowanymi treściami

Inne: _____

56. Czy komentarze zamieszczone przez internautów są moderowane? *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź.

- nie są moderowane
 są moderowane przez opublikowaniem (komentarz ukazuje się dopiero po zatwierdzeniu przez moderatora)
 są moderowane po opublikowaniu (komentarz wyświetla się bezpośrednio pod treścią, w razie potrzeby może zostać usunięty)
 stosuję obie opcje moderowania komentarzy

57. Z jakiego powodu trzeba najczęściej usuwać komentarze internautów?

Ostatnie pytania

58. Jak można zdaniem Siostry/Brata/Pani/Pana, bazując na własnym doświadczeniu lub obserwacji, wykorzystać media społecznościowe w posłudze ewangelizacyjnej?

59. Czy widzi Siostra/Brat/Pani/Pan jakieś zagrożenia lub niebezpieczeństwa dla życia duchowego wynikające z korzystania z mediów społecznościowych? Jeśli tak, to jakie? *

60. Czy są jeszcze jakieś rzeczy, które nie zostały ujęte w ankiecie, a wydają się być ważne? *

Serdecznie dziękuję za poświęcony czas i wypełnienie ankiety.

autor: ks. mgr lic. Wojciech Suchowierz
Instytut Nauk Teologicznych
Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II

Ta treść nie została utworzona ani zatwierdzona przez Google.

Formularze Google

4.3. Ankieta dla alumnów

Ankieta badająca użycie social mediów w dziele ewangelizacji w Diecezji Zamojsko - Lubaczowskiej

Czcigodny Bracie Alumnie.

Nazywam się ks. Wojciech Suchowierz.

W ramach przygotowywanej przeze mnie interdyscyplinarnej rozprawy doktorskiej z zakresu nauk teologicznych i medioznawstwa prowadzę badania, których częścią jest niniejsza ankieta. Ankieta jest anonimowa, zaś badania przyczynią się do odkrycia możliwości i potencjału mediów społecznościowych jako narzędzia ewangelizacyjnego. Informacje o Alumna odpowiedziach będą wykorzystane jedynie w zbiorczych analizach statystycznych. Nie są gromadzone żadne dane, które mogłyby posłużyć do identyfikacji odpowiedzi Czcigodnego Alumna. Pytania o korzystanie z mediów społecznościowych dotyczą zakresu dozwolonego przez regulamin seminarium. Większość pytań ma charakter wielokrotnego wyboru – można zaznaczyć więcej niż jedną odpowiedź. W niektórych pytaniach dano możliwość rozwinięcia wypowiedzi o kwestie, które nie zostały ujęte w ankiecie – w tych miejscach proszę w dowolny sposób wpisać swoje przemyślenia. Serdecznie dziękuję za okazaną pomoc. Dołączam wyrazy należytego szacunku i kapłańskie błogosławieństwo.

**Wymagane*

1. Proszę zaznaczyć swój rok studiów. *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź.

- pierwszy
 drugi
 trzeci
 czwarty
 piąty
 szósty

2. Czy w zakresie dozwolonym przez regulamin seminarium korzysta Alumn z mediów społecznościowych? *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź.

- Tak *Przejdź do pytania 4*
 Nie *Przejdź do pytania 3*

Korzystanie z mediów społecznościowych

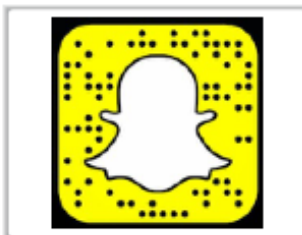
3. Dlaczego nie korzysta Alumn z mediów społecznościowych? *

Przejdź do pytania 49

Informacje ogólne o sposobie korzystania z mediów społecznościowych

4. Z jakich serwisów społecznościowych Alumn korzysta? *

Zaznacz wszystkie właściwe odpowiedzi.

 Facebook Instagram Twitter YouTube Google+ LinkedIn Pinterest Snapchat Tumblr TikTokInne: _____

5. Jak często korzysta Alumn z serwisów społecznościowych? *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź.

- Kilka razy dziennie
 Raz dziennie
 Kilka razy w tygodniu
 Kilka razy w miesiącu
 Rzadziej

6. Czy obserwuje Alumn oficjalne profile osób i instytucji kościelnych? *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź w rzędzie.

	Tak	Nie
Papież	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Biskup diecezjalny	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Diecezja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Szkoły katolickie diecezji	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Parafie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Grupy i stowarzyszenia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7. W jaki sposób korzysta Alumn z serwisów społecznościowych? *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź.

- Jestem raczej tylko odbiorcą treści *Przejdź do pytania 8*
 Jestem odbiorcą a także tworzę i publikuję lub udostępniam treści *Przejdź do pytania 14*

Treści w mediach społecznościowych - tylko odbiorcy.

8. Jakie treści budzą największe zainteresowanie Alumna podczas korzystania z serwisów społecznościowych? *

Zaznacz wszystkie właściwe odpowiedzi.

- Religijne
 Społeczne
 Naukowe
 Obyczajowe
 Hobbyistyczne

Inne: _____

Publikowanych na oficjalnych profilach polityków	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Publikowanych na oficjalnych profilach aktorów, dziennikarzy, itp.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Publikowanych na oficjalnych profilach mediów	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Publikowanych na forach, grupach i stronach katechetycznych	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Publikowanych na forach, grupach i stronach ewangelizacyjnych	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

12. Czy w serwisach społecznościowych komentuje Alumn bieżące wydarzenia kościelne i społeczne? Proszę zaznaczyć odpowiednio: [0 – wcale] – [5 – bardzo często]. *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź w rzędzie.

	0	1	2	3	4	5
Nauczanie papieża	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Decyzje papieża	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nauczanie i decyzje biskupa diecezjalnego	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wydarzenia diecezjalne	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wydarzenia ogólnokościelne	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wydarzenia społeczne krajowe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wydarzenia społeczne międzynarodowe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13. Czy włącza się Alumn w różnego rodzaju dyskusje jakie odbywają się w serwisach społecznościowych? *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź.

- Tak, czynię to aktywnie
 Nie
 Czasami

18. Czy w serwisach społecznościowych komentuje Alumn bieżące wydarzenia kościelne i społeczne? Proszę zaznaczyć odpowiednio: [0 – wcale] – [5 – bardzo często]. *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź w rzędzie.

	0	1	2	3	4	5
Nauczanie papieża	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Decyzje papieża	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nauczanie i decyzje biskupa diecezjalnego	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wydarzenia diecezjalne	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wydarzenia ogólnokościelne	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wydarzenia społeczne krajowe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wydarzenia społeczne międzynarodowe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

19. Czy włącza się Alumn w różnego rodzaju dyskusje jakie odbywają się w serwisach społecznościowych? *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź.

- Tak, czynię to aktywnie
 Nie
 Czasami

20. Publikując treści w mediach społecznościowych jest Alumn bardziej ich twórcą, czy raczej czyni to w formie udostępnienia? *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź.

- Zazwyczaj tworzą samodzielnie posty
 Raczej tylko udostępniam posty
 Jestem zarówno twórcą treści jak i udostępniam posty innych osób

21. Treści, które Alumn publikuje w serwisach społecznościowych dotyczą najczęściej problematyki: *

Zaznacz wszystkie właściwe odpowiedzi.

- Religijnej
 Społecznej
 Naukowej
 Obyczajowej
 Osobistej

Inne: _____

30. Z jaką częstotliwością poruszane były poniższe tematy? Proszę zaznaczyć odpowiednio: [0 – wcale] – [5 – bardzo często]. *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź w rzędzie.

	0	1	2	3	4	5
Misyjność	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ekumenizm	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dialog międzyreligijny	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

31. Jak często w zamieszczanych treściach poruszany był temat zagrożeń wiary? Proszę zaznaczyć odpowiednio: [0 – wcale] – [5 – bardzo często]. *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź w rzędzie.

	0	1	2	3	4	5
Niewiara	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Apostazja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Indyferentyzm religijny	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

32. Czy publikuje Alumn treści, które moglibyśmy nazwać rozważaniami, komentarzami biblijnymi? *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź.

- Wcale
 Rzadko
 Czasami
 Często

33. Czy publikuje Alumn treści w formie przekazu na żywo? Przykładem może być prowadzenie wspólnej modlitwy online. *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź.

- Tak
 Nie

34. Czy zamieszczał Alumn treści i linki odsyłające do wydarzeń diecezjalnych? *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź.

- Tak
 Nie

35. Jeśli w poprzednim pytaniu zaznaczył Alumn opcję "tak", proszę wskazać do jakich wydarzeń diecezjalnych zamieszczał ksiądz linki. *

Zaznacz wszystkie właściwe odpowiedzi.

- Exodus młodych
- Diecezjalne spotkania dla ministrantów i lektorów
- Konferencje naukowe
- Wieczór uwielbienia
- Diecezjalne Święto Plonów
- Pielgrzymki
- Koncerty
- Spotkania ewangelizacyjne
- Festiwale
- Dożynki
- Rekolekcje i spotkania formacyjne
- Nie dotyczy

Inne: _____

36. Czy zamieszcza Alumn odnośniki do stron diecezjalnych, ewangelizacyjnych, lub ogólnie o charakterze katolickim? *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź.

- Tak
- Nie
- Czasami

Informacje ogólne o publikowanych treściach

37. Czy w serwisach społecznościowych publikuje Alumn treści na swoich prywatnych kontaktach/profilach/kanałach czy też używając innych dodatkowo założonych stron/kanałów (np. strony na Facebooku, kanał na YouTube). *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź.

- Konto prywatne/profil/kanał
- Dodatkowe konto/strona/kanał
- Posługuję się oboma sposobami

38. Czy publikując treści w serwisach społecznościowych czyni Alumn to jako kleryk przygotowujący się do kapłaństwa czy osoba prywatna? *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź.

- Tylko jako alumn
- Tylko jako osoba prywatna
- Posługuję się oboma sposobami

39. Czy publikuje Alumn treści na różnego rodzaju forach/grupach? *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź.

Tak

Nie

40. Jeżeli w poprzednim pytaniu udzielił Alumn twierdzącej odpowiedzi proszę podać przykładowe fora i grupy w mediach społecznościowych na których Alumn publikuje treści.

41. Do jakiej grupy odbiorców dociera Alumn z treściami publikowanymi w mediach społecznościowych? Można zaznaczyć kilka odpowiedzi. *

Zaznacz wszystkie właściwe odpowiedzi.

Dzieci

Młodzież

Dorośli

Chorzy, osoby starsze

Duchowni

Ludzie nauki, artyści

42. Czy przy publikowaniu treści korzysta Alumn z opcji "Relacji", "InstaStory" itp.? *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź.

Tak

Nie

43. Jeżeli w poprzednim pytaniu wskazał Alumn odpowiedź twierdzącą proszę zaznaczyć jakiego rodzaju są to "relacje"? *

Zaznacz wszystkie właściwe odpowiedzi.

- Relacje ze spotkań duszpasterskich
 Relacje ewangelizacyjne
 Relacje "z przesłaniem"
 Osobiste
 Nie dotyczy

Inne: _____

Przejdź do pytania 44

Komentarze

44. Czy publikowane przez Alumna treści mają opcję komentowania?

Zaznacz tylko jedną odpowiedź.

- Tak
 Nie

45. Jakich komentarzy jest więcej? *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź.

- pozytywnych (konstruktywnych, krytycznych, opiniujących)
 negatywnych (szkalujących, wulgarnych, niecenzuralnych)

46. Czego najczęściej dotyczą komentarze?

Zaznacz wszystkie właściwe odpowiedzi.

- Opublikowanych treści
 Osoby autora opublikowanych treści
 Spraw z życia Kościoła niezwiązanych z opublikowaną treścią (forma komentarza do bieżących wydarzeń z życia Kościoła)
 Tematów niezwiązanych z opublikowanymi treściami

Inne: _____

47. Czy komentarze zamieszczone przez internautów są moderowane? *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź.

- nie są moderowane
 są moderowane przez opublikowaniem (komentarz ukazuje się dopiero po zatwierdzeniu przez moderatora)
 są moderowane po opublikowaniu (komentarz wyświetla się bezpośrednio pod treścią, w razie potrzeby może zostać usunięty)
 stosują obie opcje moderowania komentarzy

48. Z jakiego powodu trzeba najczęściej usuwać komentarze internautów?

Ostatnie pytania

49. Jak można zdaniem Alumna, bazując na własnym doświadczeniu lub obserwacji, wykorzystać media społecznościowe w posłudze kapłańskiej?

50. Czy widzi Alumn jakieś zagrożenia lub niebezpieczeństwa dla posługi i życia kleryckiego, kapłańskiego wynikające z korzystania z mediów społecznościowych przez alumnów lub prezbiterów? Jeśli tak, to jakie? *

51. Czy są jeszcze jakieś rzeczy, które nie zostały ujęte w ankiecie, a wydają się być ważne? *

Serdecznie dziękuję za poświęcony czas i wypełnienie ankiety.

autor: ks. mgr lic. Wojciech Suchowierz
Instytut Nauk Teologicznych
Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II

5. Materiał medialny – treści publikowane w SM



Grafika 17. Informacje o Dniu Chorego - opublikowane na FB diecezji (dostęp 16.02.2022.)



Grafika 18. Informacje o dniu skupienia "Przyjaciół Oblubieńca" - opublikowane na FB diecezji (dostęp 16.02.2022.)



Grafika 19. Informacje o peregrynacji relikwii bł. Hanny Chrzanowskiej - opublikowane na FB diecezji (dostęp 16.02.2022.)



Grafika 20. Informacje o niedzieli radiowej w parafii - opublikowane na FB diecezji (dostęp 16.02.2022.)



Grafika 21. Informacje o Gorajskim kolędowaniu - opublikowane na FB diecezji (dostęp 16.02.2022.)



Grafika 22. Informacje o inauguracji synodu - opublikowane na FB diecezji (dostęp 16.02.2022.)



Grafika 23. Informacje o Dniu papieskim - opublikowane na FB diecezji (dostęp 16.02.2022.)



Grafika 24. Informacje o zatwierdzeniu dekretu beatyfikacyjnego ks. kard. Stefana Wyszyńskiego - opublikowane na FB diecezji (dostęp 16.02.2022.)



Grafika 25. *Miłość w Biblii... lektura nie tylko na Walentynki* - opublikowane na FB diecezji (dostęp 16.02.2022.)



Grafika 26. *Adoracja z rodzinami* - opublikowane na FB diecezji (dostęp 16.02.2022.)



Grafika 27. Uwielbienie, słowo, relacje - plakat - opublikowane na FB diecezji (dostęp 16.02.2022.)



Grafika 28. Kurs Betania – plakat opublikowany na FB ZSE (dostęp 16.02.2022.)

**SPOTKANIA DLA
Kobiet**

Nadszedł czas na "Boże Kobiety"
prawdziwe Córki Boga,
które swoim życiem
powołaniem, słowem,
gestem i niezwykłym sercem
przezpełnionym całością
bądź świadkami dla świata
mocy Boga i piękną kobiecością.
Magdalena Flaner.

**PIERWSZE
SPOTKANIE:**
19 PAŹDZIERNIKA
18:30 - 20:30

AULA FRANCISZKAŃSKA
PRZY SANKTUARIOUM
SW. MARII MAGDALENY

BILGORAJ

ZAJĘCIA PROWADZI:

**FUNDACJA
S.M.S.
Z NIEBIA**

Akademia Rozwoju Talentów
we współpracy ze
Wspólną Przyjaciele Oblubienica
Zamojską Szkołą Ewangelizacji

TERMINY ZJAZDÓW:

19.10.2020
16.11.2020
14.12.2020
18.01.2021
15.02.2021
15.03.2021
19.04.2021
17.05.2021
21.06.2021

KONTAKT:
MARTA MENDREK
511 090 717


ZAPISY: [HTTPS://ROZWIJAJTALENTY.PL/MIASTA/BILGORAJ](https://rozwijajtalenty.pl/miasta/bilgoraj)



Grafika 29. Spotkanie dla kobiet – plakat publikowany na FB ZSE (dostęp 16.02.2022.)

Zamojska Szkoła Ewangelizacji
zaprasza na cykl **konferencji online**

**SZKOŁA ŻYCIA
SŁOWEM BOŻYM**



**Każdy wtorek
od 6 kwietnia 2021**

Godz. 19.00

Informacje i zapisy:
www.zse.info

Grafika 30. Szkoła życia Słowem Bożym – plakat publikowany na FB ZSE (dostęp 16.02.2022.)



Grafika 31. Kurs Nowe Życie – plakat publikowany na FB ZSE (dostęp 16.02.2022.)



Grafika 32. Kurs Rafał – plakat publikowany na FB ZSE (dostęp 16.02.2022.)



Grafika 33. Kurs Maria Magdalena – plakat publikowany na FB ZSE (dostęp 16.02.2022.)



Grafika 34. Mamy już 5 lat - plakat publikowany na FB ZSE (dostęp 16.02.2022.)

 **Zamojska Szkoła Ewangelizacji im. bł. Stanisława Kostki Starowieyskiego** ...
13 lutego o 16:39 · 🌐

Ukończyliśmy dziś pierwsze w historii rekolekcje dla osób żyjących w sakramentalnym związku małżeńskim - "Kurs droga do szczęścia".

Uczestniczyło w nich ponad 90 osób, w tym 26 par, 15 pojedynczych małżonków, 7 dzieci, 4 pary małżeńskie w ekipie, 5 księży, 2 opiekunki do dzieci i 1 teściowa 😊


Był to bardzo intensywny czas odkrywania łaski sakramentu małżeństwa oraz pogłębienie rozumienia małżeństwa jako paschalna droga krzyżowa.

Dziękujemy Panu Bogu za ten czas, wszystkim uczestnikom, całej ekipie, ośrodkowi, który nas gościł, a także wszystkim, którzy od wielu tygodni modlili się w intencji tych rekolekcji.

Kolejne edycje - mamy nadzieję - już wkrótce.



Grafika 35. Relacja z Kursu Nowe Życie - opublikowane na FB ZSE (dostęp 16.02.2022.)

 **Zamojska Szkoła Ewangelizacji im. bł. Stanisława Kostki Starowieyskiego** ...
29 września 2020 · 🌐

Kurs Maria Magdalena poruszył serca wielu kobiet. Bogu niech będą dzięki za wszelkie łaski! ❤️

"Przyjechałam po kobiecość, a Jezus pokazał mi, że muszę zrobić porządek w sercu (a ja myślałam, że już tam jest czysto). Jezus pokazał mi, że nie do końca wybaczyłam, pokazał komu (były mąż). Pokazał, że sobie nie wybaczyłam, że jeszcze w sercu są rany. Uleczył je czułym dotykiem. Jezus dobitnie powiedział mi, że to, co inni o mnie mówili, niektórzy dalej mówią, ich oceny to nieprawda! Teraz dopiero Mu uwierzyłam... Jezus mnie uleczył, moje rany, uwolnił z lęku, odpowiedział na wiele pytań. Przede wszystkim utwierdził, że Jest! Cały czas Jest i jestem dla Niego ważna! Chwała Panu! P.S To co chciałam przed kursem zostawić, odrzucić, bo wydawało się, że nieważne, że już nie dam rady, dzisiaj Jezus mi powiedział, że On chce, żebym to robiła. Jezus jest niesamowity 😊"

Magda 42 lata

"Dzięki tym rekolekcjom odkryłam jak ważna jestem dla Boga i że to nie przypadek, że jestem kobietą, mam męża i jestem mamą. Moje życie przed przyjazdem tutaj było pełne lęku, nie mogłam spać spokojnie. Starłam się wszystko idealnie robić, ale swoimi siłami, zapomniałam o Jezusie, że to On jest na pierwszym miejscu. Pan wyzwolił mnie z mojego demona lęku, pokazał mi że to zniewolenie jest z tego ukrywania grzechu. Dzięki spowiedzi z całego życia, modlitwy o uzdrowienie relacji, Pan wlał w moje serce pokój, radość. Ukazał mi w jaki sposób powinnam o Nim świadczyć i jak ważna jest dla mnie rodzina. Chwała Panu."

Dorota lat 46

Grafika 36. Świadeństwo – opublikowane na FB ZSE (dostęp 16.02.2022.)

 **Caritas Diecezji Zamojsko-Lubaczowskiej** 13 lutego o 12:03 · 🌐

11 lutego Kościół obchodzi Światowy Dzień Chorego. Z papieskiego orędzia płynnie przesłanie, że dla potrzebujących ważne jest zarówno wsparcie medyczne, jak i duchowe. Wolontariusze ze SK CARITAS SP 1 w Szczepieszynie nawiązując do przesłania Papieża przygotowali dla podopiecznych Domu Seniora na Przedmieściu Zamojskim niespodziankę, Taką „Wyprawę Otwartych Oczu”. Napisali listy do podopiecznych Domu Seniora, w których zapewnili o swojej pamięci, trosce, miłości, modlitwie. ... [Zobacz więcej](#)



CARITAS.ZAMOJSKOLUBACZOWSKA.PL

Światowy Dzień Chorego w Szczepieszynie
„Bądźcie miłosierni, jak Ojciec wasz jest miłosierny”. 11 lutego Ko...

👍 6

👍 Lubię to! 💬 Komentarz ➦ Udostępnij

Grafika 37. Relacja z obchodów Światowego Dnia Chorego w Szczepieszynie - opublikowane na FB Caritas (dostęp 16.02.2022.)

 **Caritas Diecezji Zamojsko-Lubaczowskiej** 22 grudnia 2021 · 🌐

Podczas tegorocznej Wigilii, podobnie jak w ubiegłych latach, ubodzy, bezdomni, samotni będą mogli ogrzać się ciepłem płynącym od ludzi dobrej woli. Caritas przygotowuje dla nich stoły z poczęstunkiem i paczki żywnościowe. Wraz z partnerami organizacja prześle też świąteczne upominki dzieciom z rodzin potrzebujących wsparcia. Idea akcji od lat pozostaje niezmienna – chodzi o to, aby nikt czuł się samotny i zapomniany. Więcej: <https://caritas.zamojskolubaczowska.pl/2021/12/22/w...> [Zobacz więcej](#)



CARITAS.ZAMOJSKOLUBACZOWSKA.PL

Wigilia Caritas. Wspólny posiłek i prezenty pod choinkę
Podczas tegorocznej Wigilii, podobnie jak w ubiegłych latach, ub...

👍❤️ 2

👍 Lubię to! 💬 Komentarz ➦ Udostępnij

Grafika 38. Przygotowanie do wigilii organizowanej przez Caritas - opublikowane na FB Caritas (dostęp 16.02.2022.)



Grafika 39. Zaproszenie na warsztaty -opublikowane na FB Caritas (dostęp 16.02.2022.)



Grafika 40. Wizyta kolędowa w seminarium - opublikowane na FB WSD (dostęp 16.02.2022.)



Grafika 41. Dzień skupienia w seminarium – opublikowane na FB WSD (dostęp 16.02.2022.)



Grafika 42. Rozpoczęcie roku akademickiego – opublikowane na FB WSD (dostęp 16.02.2022.)



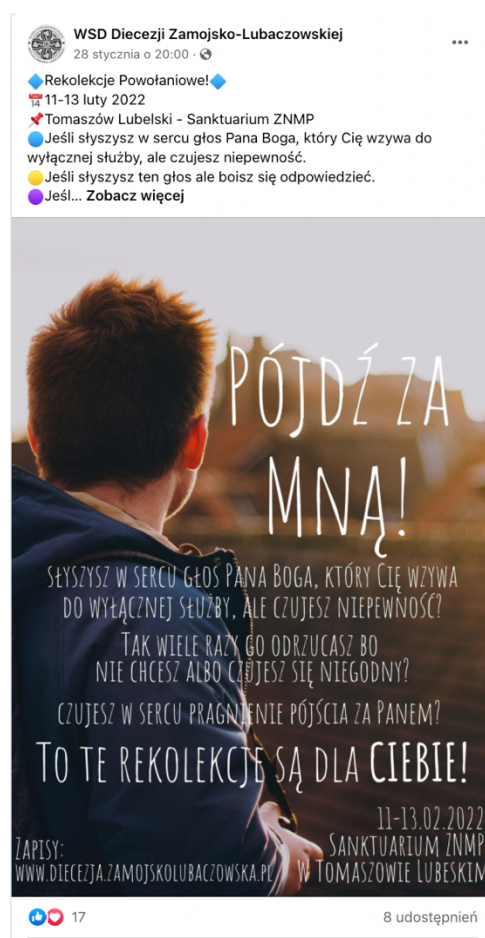
Grafika 43. Alumni na Exodusie Młodych – opublikowane na FB WSD (dostęp 16.02.2022.)



Grafika 44. Udział w Triduum Paschalnym w Katedrze – opublikowane na FB WSD (dostęp 16.02.2022.)



Grafika 45. Udostępnienie filmu z serii FollowMe – opublikowane na FB WSD (dostęp 16.02.2022.)



Grafika 46. Plakat powołaniowy – opublikowane na FB WSD (dostęp 16.02.2022.)

WSD Diecezji Zamojsko-Lubaczowskiej
4 czerwca 2021 · 🌐

Rozpoczynamy rekrutację do seminarium!
#pójdzzaMną

🕒 Rekrutacja trwa do 7 lipca!
📍 Po szczegóły zapraszamy na naszą stronę:
www.wsd.zamojskolubaczowska.pl/rekrutacja

🙏 Prosimy o modlitwę, za młodych, którzy pragną służyć Bogu, aby odważnie podjęli tę decyzję i odważyli się pójść za Nim!

📌 ... Zobacz więcej

REKRUTACJA
WYŻSZE SEMINARIUM DUCHOWNE
DIECEZJI ZAMOJSKO-LUBACZOWSKIEJ

01 ZGŁOSZENIE W PARAFII
Kandydat zgłasza u swojego proboszcza zamiar wstąpienia do seminarium, prosi o wydanie opinii i świadectwa chrztu. Wymagana jest także opinia katechety.

02 ROZMOWA Z REKTOREM WSD
U rektora seminarium składano się dokumenty:
• podanie z życiorysem i zdjęciem
• świadectwo chrztu i bierzmowania
• opinia proboszcza
• opinia katechety
• zaświadczenie lekarskie
• kserokopia świadectwa maturalnego

03 REJESTRACJA ELEKTRONICZNA
Po uzyskaniu zgody rektora WSD, kandydat rejestruje się w systemie rekrutacyjnym KUL (kandydat.kul.pl) na studia magisterskie z teologii (dla aluminiów) oraz uiszcza opłatę rekrutacyjną.

04 SPOTKANIE Z PSYCHOLOGIEM
Zarejestrowani kandydaci przystępują do badania psychologicznego do seminarium.

05 POTWIERDZENIE PODJĘCIA STUDIÓW
Aby uzyskać wpis na listę studentów, kandydat zamieszcza na swoim koncie elektronicznym skany dokumentów (podpisany formularz podjęcia studiów oraz świadectwo dojrzałości).

06 DOSTARCZENIE KOMPLETU DOKUMENTÓW
W ciągu 14 dni od daty otrzymania elektronicznej informacji o wpisie na listę należy dostarczyć komplet dokumentów i oświadczeń w formie papierowej do Sekretariatu Wydziału Teologii (wysyłka pocztowa lub wrzucenie do skrzynki podawczej na Uczelni).

07 KURS PRZYGOTOWAWCZY
Alumni I roku rozpoczynają formację pięciodniowym kursem prowadzonym przez formatorów WSD. Rozpoczęcie: 28.09 godz. 12.

Sekretariat Wydziału Teologii KUL,
Lubaczów, al. Wolności 14
Collegium Jana Pawła II, VII piętro, p.839

👍❤️ 10 8 udostępnień

Grafika 47. Informacja o szczegółach rekrutacji – opublikowane na FB WSD (dostęp 16.02.2022.)

WSD Diecezji Zamojsko-Lubaczowskiej jest z
Mateuszem Wojdą i Ireneuszem Żyłą
17 czerwca 2021 · 🌐

Dzisiaj czwartek - dzień szczególnej modlitwy za kapłanów i za powołanych do kapłaństwa.

🙏 Polecamy w modlitwie wszystkich, którzy rozważają w sercu decyzję o oddaniu swojego życia na wyłączną służbę Bogu i Kościołowi, aby podjęli odważne decyzje!

#pójdzzaMną

🕒 Zostało 19 dni do końca rekrutacji!
📌 Prosimy o udostępnienia!

**Nie bój się,
odtąd ludzi będziesz łowił.**
I przyciągnąwszy łodzie do brzegu,
zostawili wszystko i poszli za Nim.
Łk 5,10-11

WSD.ZAMOJSKOLUBACZOWSKA.PL/REKRUTACJA

👍❤️ 70 1 komentarz 1 udostępnienie

Grafika 48. Informacja o rekrutacji – opublikowane na FB WSD (dostęp 16.02.2022.)



Grafika 49. Nowe znaki drogowe – opublikowane na FB KRZ (dostęp 16.02.2022.)



Grafika 50. Dane statystyczne na zamojskich drogach – opublikowane na FB KRZ (dostęp 16.02.2022.)



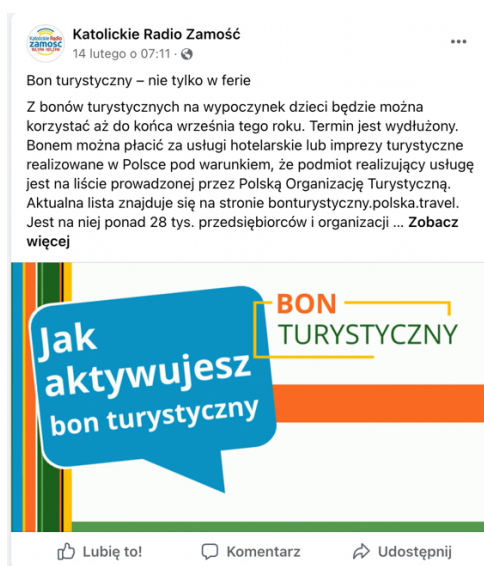
Grafika 51. Dzień Pamięci o Ofiarach Holokaustu – opublikowane na FB KRZ (dostęp 16.02.2022.)



Grafika 52. Rocznic powstania styczniowego – opublikowane na FB KRZ (dostęp 16.02.2022.)



Grafika 53. Informacje sportowe – opublikowane na FB KRZ (dostęp 16.02.2022.)



Grafika 54. Informacje o bonie turystycznym – opublikowane na FB KRZ (dostęp 16.02.2022.)



Grafika 55. Audycja "Apostołowie znani i nieznani" – opublikowane na FB KRZ (dostęp 16.02.2022.)



Grafika 56. Siostry Franciszkanek Misjonarki Maryi w Złójcu – opublikowane na FB KRZ (dostęp 16.02.2022.)



Grafika 57. Peregrynacja relikwii bł. Stefana Wyszyńskiego – opublikowane na FB KRZ (dostęp 16.02.2022.)



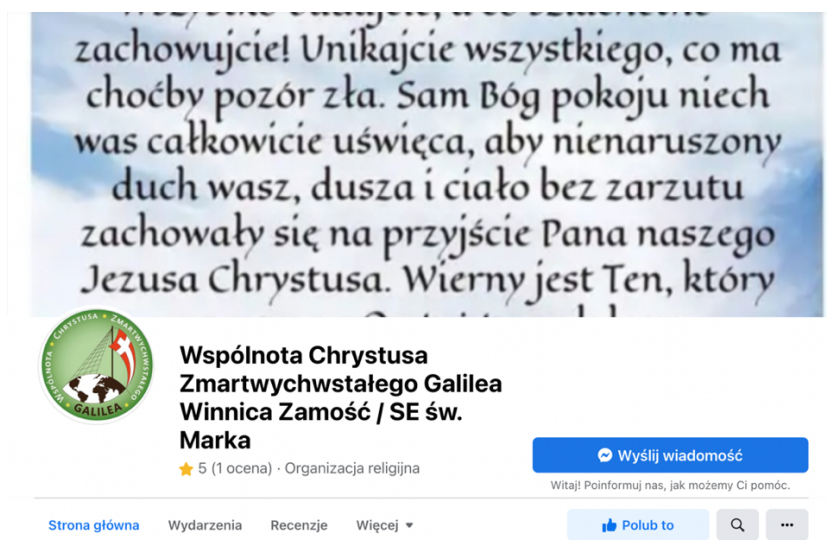
Grafika 58. Różaniec kobiet – opublikowane na FB KRZ (dostęp 16.02.2022.)



Grafika 59. Wspomnienie św. Błażeja – opublikowane na FB KRZ (dostęp 16.02.2022.)



Grafika 60. Katolickie Stowarzyszenie Civitas Christiana w Zamościu - strona tytułowa na FB (stan z 16.02.2022.)



Grafika 61. Wspólnota Chrystusa Zmartwychwstałego Galilea - strona tytułowa na FB (stan z 16.02.2022.0)



Grafika 62. Katolickie Stowarzyszenie Młodzieży - strona tytułowa na FB (stan z 16.02.2022.)



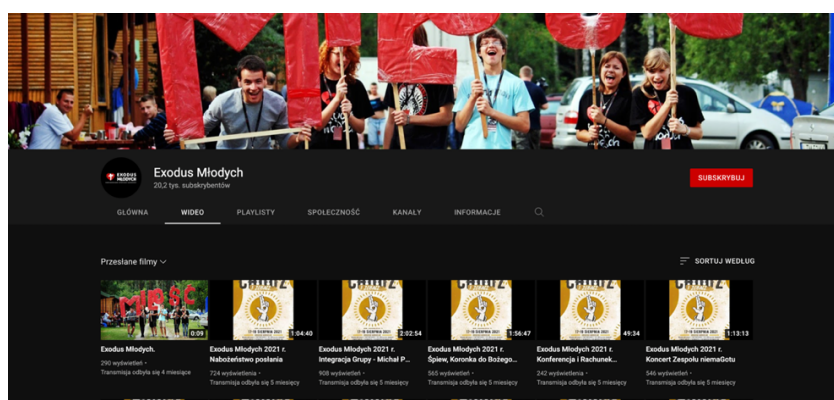
Grafika 63. Ruch Światło Życie - strona tytułowa na FB (stan z 16.02.2022.)



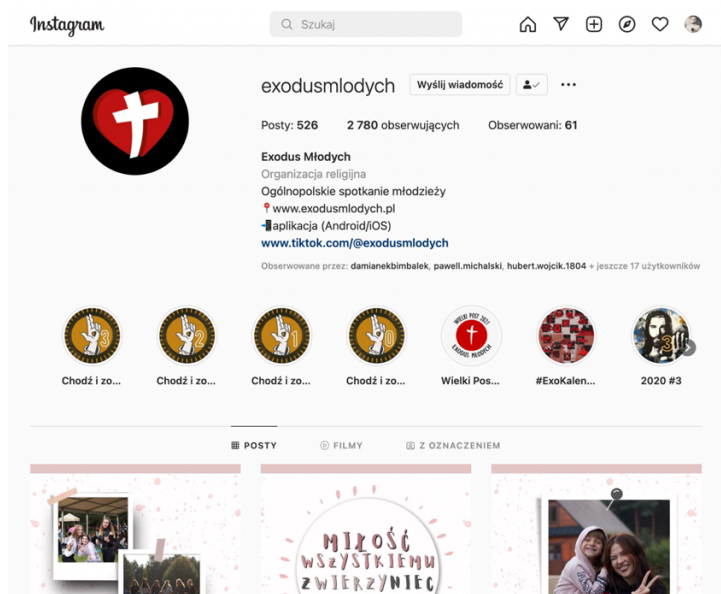
Grafika 64. Exodus Młodych - strona tytułowa na FB (stan z 16.02.2022.)



Grafika 65. Exodus Młodych - strona tytułowa na Twitterze (stan z 16.02.2022.)



Grafika 66. Exodus Młodych - kanał na YT (stan z 16.02.2022.)



Grafika 67. Exodus Młodych - strona tytułowa na Instagramie (stan z 16.02.2022.)



Grafika 68. Ks. Piotr Spyra - wpis na profilu FB (stan z dnia 16.02.2022.)



Grafika 69. Ks. Sławomir Korona - Ewangelia przed kawą - post na FB (stan z 16.02.2022.)



Grafika 70. ekatecheta - wpis na stronie FB (stan z 16.02.2022.)