



# AREOPAGI

## XIX i XX wieku



### KSIĄŻKA

### MEDIA

### KOMUNIKACJA

### JAKO NOŚNIKI

### WARTOŚCI



### ZMARTWYCHWSTAŃCY

### W KRĘGU

### MEDIÓW I WARTOŚCI

pod redakcją  
Klaudii Cymanow-Sosin  
i Dariusza Tabora CR



# **Areopagi XIX i XX wieku**

Książka — media — komunikacja  
jako nośniki wartości.  
Zmartwychwstańcy  
w kręgu mediów i wartości



# **Areopagi XIX i XX wieku**

Książka – media – komunikacja  
jako nośniki wartości.  
Zmartwychwstańcy  
w kręgu mediów i wartości

praca zbiorowa pod redakcją  
Klaudii Cymanow-Sosin  
i Dariusza Tabora CR

Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie  
Wydawnictwo Naukowe

Kraków 2023

Recenzje wydawnicze

dr hab. Tomasz Graff, prof. Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II w Krakowie

Korekta

Tomasz Powyszyński

Opracowanie graficzne i łamanie

Piotr Pielach, i-Press

Projekt okładki

Marta Jaszczuk

Fotografie na okładce

Adobe Stock

Publikacja finansowana z subwencji

dla Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II w Krakowie

Copyright © 2023 by Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie

ISBN 978-83-63241-81-0 (druk)

ISBN 978-83-63241-82-7 (online)

 <https://doi.org/10.15633/9788363241827>

Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie

Wydawnictwo Naukowe

30-348 Kraków, ul. Bobrzyńskiego 10

wydawnictwo@upjp2.edu.pl

<https://ksiegarnia.upjp2.edu.pl>

Człowiek naszych czasów chętniej słucha świadków aniżeli nauczycieli; a jeśli nauczycieli, to dlatego, że są świadkami.

– Paweł VI, *Evangelii nuntiandi* (n. 41)

Pomyślcie o tych miejscach, na których ludzie tak bardzo oczekują kapłana, gdzie latami całymi odczuwając jego brak, nie przestają pragnąć jego obecności. I bywa czasem tak, że zbierają się w opuszczonej świątyni i kładą na ołtarzu pozostałą jeszcze kapłańską stulę, i odmawiają wszystkie modlitwy liturgii mszalnej, a przed przeistoczeniem zapada głęboka cisza, może tylko przerywana płaczem... tak bardzo pragną usłyszeć te słowa, które tylko kapłańskie usta mogą skutecznie wypowiedzieć, tak bardzo pragną tej eucharystycznej Komunii, która tylko przez posługę kapłana może stać się ich udziałem, i tak bardzo pragną usłyszeć Boskie słowa przebaczenia: *ja odpuszczam tobie grzechy!* Tak bardzo przeżywają obecność nieobecnego wśród nich... kapłana!

– Jan Paweł II, *Dziela zebrane*, III, *Listy*, Kraków 2007





## Klaudia Cymanow-Sosin

Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie


 <https://orcid.org/0000-0003-3248-9499>

## Dariusz Tabor CR

Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie

 <https://orcid.org/0000-0001-8071-4174>

# Wstęp

 <https://doi.org/10.15633/9788363241827.00>

8 marca 2022 roku Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie wraz z Prowincją Polską Zgromadzenia Zmartwychwstańców zorganizował konferencję naukową, która odbyła się w Centrum Resurrectionis Zmartwychwstańców przy ulicy Stefana Pawlickiego 1. Składała się ona dwóch części: *Media i komunikacja społeczna XIX i XX wieku: „korytarz wartości”* oraz *Medialna i wydawnicza twórczość Zmartwychwstańców w kontekście historii polskiej, europejskiej i amerykańskiej*.

Część pierwsza poświęcona została mediom jako istotnemu czynnikowi tworzącemu współczesną kulturę. Udział w niej wzięli profesorowie i doktoranci z Uniwersytetu Papieskiego oraz wysłannik z Archiwum Generalnego Zmartwychwstańców z Rzymu. Po otwarciu konferencji, którego dokonał ks. Krzysztof Jan Swół CR, przełożony Polskiej Prowincji Zmartwychwstańców, oraz powitaniu przez pracowników w imieniu ks. prof. dr. hab. Roberta Tyrały, rektora Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II w Krakowie, rozpoczęła się sesja przedpołudniowa, której przewodniczył ks. dr hab. Dariusz Tabor CR, prof. UPJPII.

Pierwszy referat dotyczył korelacji pomiędzy wartościami, jakie były promowane w mediach XX wieku, a współczesną hierarchią wartości, jaka jest widoczna w różnego rodzaju mediach, ze szczególnym uwzględnieniem nowych mediów i ich oddziaływania na użytkowników. Doktor hab. Klaudia Cymanow-Sosin z Instytutu Mediów, Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej UPJPII, kierownik dyscypliny nauk o komunikacji społecznej i mediach WNS UPJPII i członek Rady Naukowej Konferencji, wystąpieniem zatytułowanym *(R)ewolucja w obrębie przewodnich idei i wyznawanych wartości na przykładzie perswazyjności medialnej* rozpoczęła tym samym debatę o potrzebach nowego spojrzenia na komunikację bezpośrednią interpersonalną i zapośredniczoną medialnie, jaka toczyła się w części dyskusyjnej. W części przedpołudniowej wyniki swoich poszukiwań naukowych przedstawił także doktorant ks. mgr Paweł Szymanowski CR z Archiwum Generalnego Zmartwychwstańców w Rzymie, prezentując autorskie spojrzenie na *„Dziennik Chicagowski” – 70 lat w służbie polskiej społeczności na Środkowym Zachodzie Ameryki*. Była to naukowa retrospekcja uwzględniająca nie tylko wkład zgromadzenia w tworzenie się mediów drukowanych w Ameryce Południowej, lecz także przedstawienie ciekawej analizy medioznawczej.

W kończącym sesję przedpołudniową referacie zaprezentowała się także doktorantka pierwszego roku Szkoły Doktorskiej na Wydziale Nauk Społecznych, mgr Honorata Uniwersał, która wygłosiła referat pt. *Współczesny przekaz medialny Zmartwychwstańców – analiza treści dostępnych w domenie publicznej*.

W sesji popołudniowej, której przewodniczył ks. prof. dr hab. Michał Drożdż, dziekan WNS i członek Rady Naukowej Konferencji, przedstawiono następujące referaty.

Książd mgr Maciej Gawlik CR z Instytutu Historii UPJPII zajął się tematem *Pamiętników zmartwychwstańców w drugiej połowie XIX wieku*; ks. prof. dr hab. Michał Drożdż, reprezentujący Wydział Nauk Społecznych UPJPII, w precyzyjny sposób opisał trudny i ważki temat dotyczący *Potrzeby bezpieczeństwa etycznego wobec zagrożenia „postprawdą”*, wpisując się w debatę, jaka na polu medioznawców toczy się w ostatnich latach wśród najwybitniejszych przedstawicieli w obrębie tej dyscypliny. Po przerwie głos zabrał także ks. dr Wojciech Mleczko CR z Instytutu Mediów, Dziennikarstwa i Komuni-

kacji Społecznej UPJPII, a tematem jego wystąpienia była *Publicystyka prasowa ks. Pawła Smolikowskiego CR*. Wszystkie wystąpienia prelegentów oraz wypowiedzi audytorium — pytania oraz glosy do referatów podsumował w zakresie naukowym i organizacyjnym przewodniczący Rady Naukowej Konferencji ks. dr hab. Dariusz Tabor CR, prof. UPJPII.

Pokłosem konferencji jest interdyscyplinarna publikacja zawierająca referaty o tematyce medioznawczej, prasoznawczej i historycznej. Rozdziały dotyczące nauki o książce, komunikacji społecznej, bibliotekoznawstwa, historii sztuki oraz całej sfery kultury wizualnej są odzwierciedleniem podjętych podczas konferencji naukowych tematów i przyczynią się z pewnością do popularyzacji wiedzy naukowej na temat tytułowych areopagów ostatnich stuleci, w które wpisują się z pewnością: książka, media i komunikacja jako nośniki wartości. Referaty przedstawione w trakcie konferencji i powstałe w wyniku ich inspiracji rozdziały niniejszej książki zostały wzbogacone o inne teksty dotyczące ewangelizacji w mediach, by współtworzyć publikację, która może przyczynić się w procesie ewangelizacji w mediach i poprzez media. Za możliwość zwieńczenia procesu wydawniczego serdeczne podziękowania składamy na ręce Ojca Prowincjała ks. Krzysztofa Swóła CR. Jego wsparcie na polu organizacyjnym, a także życzliwość w procesie integrowania różnych dyscyplin: nauk o mediach i komunikacji społecznej, teologii, historii i historii sztuki są nieocenione.



**Klaudia Cymanow-Sosin**


Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie

 <https://orcid.org/0000-0003-3248-9499>

**Karolina Zając**

Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie

## **Kompetencje komunikacyjno-medialne jako istotne elementy preewangelizacji. Analiza zasobów sieciowych Zgromadzenia Zmartwychwstańców Prowincji Polskiej**

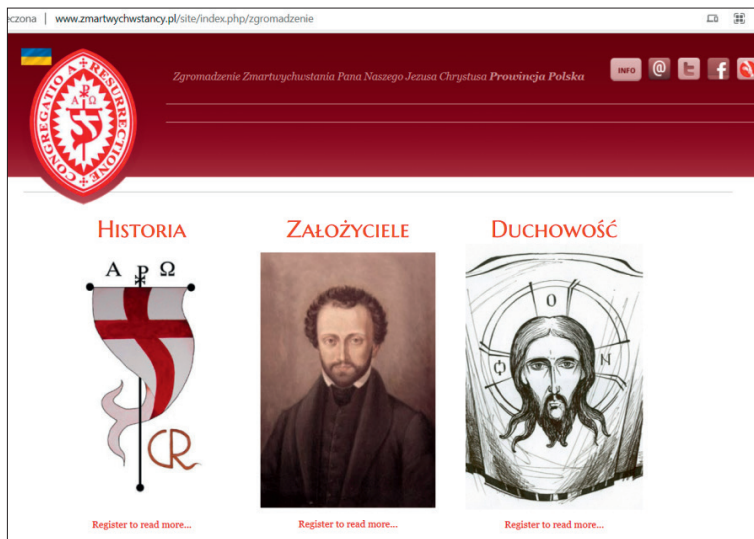
 <https://doi.org/10.15633/9788363241827.01>

Medioznawcze podejście do badania sfery komunikacyjnej Zgromadzenia Zmartwychwstania Pana Naszego Jezusa Chrystusa Prowincja Polska w kontekście współczesnej mediasfery nie jest zjawiskiem prostym wobec stale zmieniającej się rzeczywistości komunikacji społecznej i zapośredniczonej medialnie. Celem niniejszego artykułu są analiza zasobów medialnych stron internetowych zgromadzenia oraz badanie korelacji najpopularniejszych idei funkcjonujących w przestrzeni nowych mediów na podstawie serwisu YouTube z treściami, jakie są zamieszczane na kanałach wybranego zgromadzenia. Wnioski, jakie powstały na bazie prowadzonych analiz treści i zawartości, mają charakter aplikacyjny i mogą w dużej mierze pomóc w budowaniu tożsamości medialnej i wizerunku zgromadzenia zgodnego z wyznawanymi w nim wartościami.

## Sfera komunikacji zgromadzenia Zmartwychwstańców

Zgromadzenie Zmartwychwstańców, które swoje korzenie ma poza granicami Polski, na pytanie: „Kim jesteśmy?” udziela następującej odpowiedzi: „Jesteśmy z Wielkiej Emigracji. Jesteśmy z duchowych potrzeb człowieka pozbawionego ojczyzny, domu, rodziny, przyjaciół. Jesteśmy duchowymi synami Bogdana Jańskiego, pierwszego jawnego pokutnika Wielkiej Emigracji oraz jej apostoła. To on dał początek naszemu Zgromadzeniu 17 lutego 1836 roku w Paryżu”<sup>1</sup>.

Rycina 1. Zrzut ekranu strony zmartwychwstancy.pl



Źródło: [www.zmartwychwstancy.pl](http://www.zmartwychwstancy.pl) (20.03.2022).

Strona główna podzielona jest tematycznie na trzy zasadnicze obszary, które wyznaczają kolejno: przeszłość zgromadzenia, ważne informacje o kluczowych postaciach oraz zarys duchowości. Odsłony te domagają się jednak

<sup>1</sup> <http://www.zmartwychwstancy.pl/site/index.php/10-aktualnosci/> (20.03.2022).

ujawnienia swojej medialnej tożsamości w formie zalogowania się na stronę [zmartwychwstancy.pl](http://zmartwychwstancy.pl), co w przypadku strony głównej jest rzadkością.

Kolejne podstrony zawierają rzeczywiście interesujące dane, dotyczące historii – od początku istnienia wspólnoty i zarysu idei założycielskich, z którymi można zapoznać się, klikając ikonę z logo zgromadzenia (ryc. 2).

**Rycina 2.** Historia zgromadzenia



Źródło: [www.zmartwychwstancy.pl](http://www.zmartwychwstancy.pl) (20.03.2022).

Druga z podstron odnosi się do założycieli zgromadzenia. Można w nią wejść poprzez kliknięcie linku umieszczonego pod fotografią Bogdana Teodora Jańskiego, urodzonego w 1807 roku w Lisowie, a zmarłego w 1840 roku w Rzymie, wybitnego działacza z okresu Wielkiej Emigracji, sługi Bożego Kościoła katolickiego i założyciela zgromadzenia Zmartwychwstańców (ryc. 3).

**Rycina 3.** Założyciele zgromadzenia



Źródło: [www.zmartwychwstancy.pl](http://www.zmartwychwstancy.pl) (20.03.2022).

Swoisty tryptyk zamyka podstrona opisująca duchowość zgromadzenia (ryc. 4).

**Rycina 4.** Duchowość zgromadzenia



Źródło: [www.zmartwychwstancy.pl](http://www.zmartwychwstancy.pl) (20.03.2022).

Dalej użytkownik mediów jest prowadzony do kilkuminutowego filmu, który pokazuje początki i rozwój zgromadzenia w kontekście otwarcia na człowieka (ryc. 5).

**Rycina 5.** Zrzut ekranu strony z filmem o zgromadzeniu

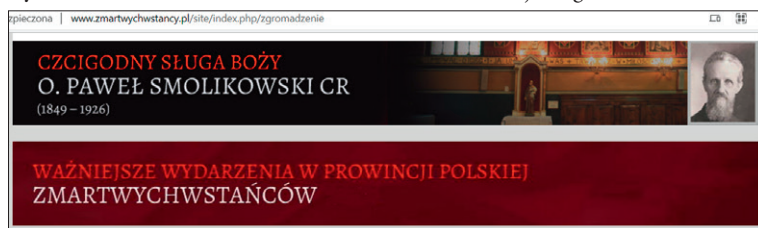


Źródło: [www.zmartwychwstancy.pl](http://www.zmartwychwstancy.pl) (21.03.2022).



Już te dwie formuły – dokumentacyjna oraz kreatywna – są świadectwem troski o tradycję i zapoznanie użytkownika nowych mediów z historią oraz dziedzictwem Zmartwychwstańców. Podobną funkcję poznawczą i archiwizacyjną mają następne zakładki, a także podstrony, do których należą przekazy o kolejnych osobach, które wyznaczały kamienie milowe zgromadzenia czy też ważniejsze wydarzenia z historii tego podmiotu w skali ogólnopolskiej (ryc. 6).

**Rycina 6.** Zrzut ekranu zakładek z odnośnikami do dziejów zgromadzenia



Źródło: [www.zmartwychwstancy.pl](http://www.zmartwychwstancy.pl) (21.03.2022).

Oprócz tego schematu twórcy strony zadbali także o sferę duchową w zakresie kontaktu ze sztuką sakralną. Łączy ona podejście tradycyjne (sfera wypowiedzi artystycznej w formie dzieła sztuki) z nowoczesnymi możliwościami, jakie dają media sieciowe, które mogą przenosić swoich uczestników za pośrednictwem narzędzi do tworzenia przestrzeni wirtualnej, czyli światów, gdzie fizycznie istniejące dzieło sztuki zostaje upublicznione w formie wizerunku sieciowego (ryc. 7).

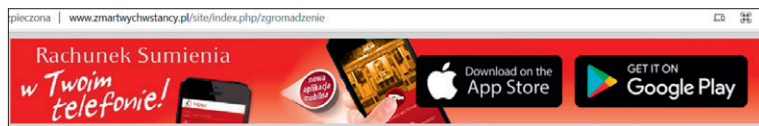
**Rycina 7.** Zrzut ekranu zakładek z odnośnikami do dzieł sztuki



Źródło: [www.zmartwychwstancy.pl](http://www.zmartwychwstancy.pl) (21.03.2022).

Reszta aktywnych ikon to – zamieszczone na stronie głównej Zmartwychwstańców – odnośniki do nowoczesnych środków komunikowania w zakresie preewangelizacji i ewangelizacji (ryc. 8).

**Rycina 8.** Zrzut ekranu zakładek z odnośnikami do aplikacji z rachunkiem sumienia



Źródło: [www.zmartwychwstancy.pl](http://www.zmartwychwstancy.pl) (21.03.2022).

Zgromadzenie otwiera się na potrzeby współczesnego człowieka, który szuka łączności ze światem *sacrum* (sfera rachunku sumienia) za pośrednictwem sfery *profanum* (algorytmy nowych mediów).

**Rycina 9.** Zrzut ekranu zakładek do pozostałych zasobów danych o zgromadzeniu



Źródło: [www.zmartwychwstancy.pl](http://www.zmartwychwstancy.pl) (21.03.2022).

Ostatnia część koncepcji całej kompozycji strony głównej zgromadzenia Zmartwychwstańców to cztery główne fundamenty, na jakich budowany jest kontakt z użytkownikami mediów. Ułożone są one w formule podmiotowo-

-przedmiotowej. Pierwsze (podmiotowe) dotyczą dostępnej już wcześniej historii, założycieli oraz duchowości i laikatu zmartwychwstańczego. Dwie pozostałe to zasoby materialne i dziedzictwo w formie zbiorów bibliotecznych, a także wykaz i opis placówek oraz parafii zgromadzenia (ryc. 9).

Całość, w układzie od przeszłości do terażniejszości, spina klamrą odniesienie do możliwości różnorodnego kontaktu z administratorami strony (mailing) oraz mediów społecznościowych, tj. Twittera, Facebooka oraz YouTube'a (ryc. 10), a także źródła odnoszące się do ważnych podmiotów w całym zgromadzeniu, tj. Kurii Generalnej ([www.resurrectionist.eu](http://www.resurrectionist.eu)), Prowincji Ontario – Kentucky ([www.resurrectionist.ca](http://www.resurrectionist.ca)), Prowincji USA – [www.resurrectionists.com](http://www.resurrectionists.com), Regionu Południowoamerykańskiego i Delegatury niemieckiej – [www.resurrektionisten.de](http://www.resurrektionisten.de).

**Rycina 10.** Zrzut ekranu zakładek z odnośnikami do kontaktu ze zgromadzeniem (mailing) i za pośrednictwem mediów społecznościowych

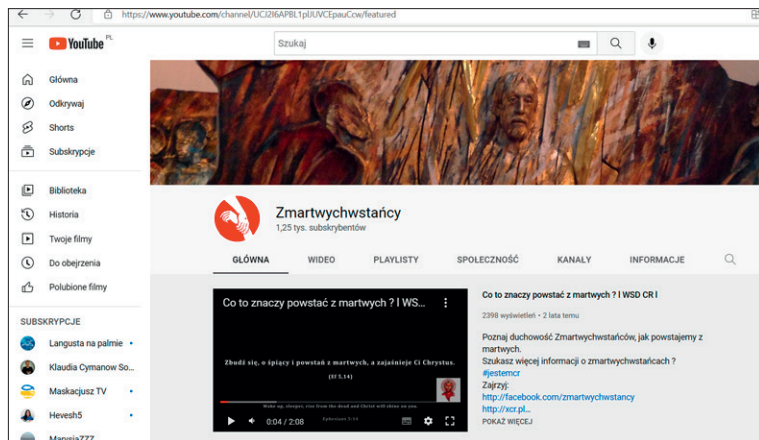


Źródło: [www.zmartwychwstancy.pl](http://www.zmartwychwstancy.pl) (21.03.2022).

## Zawartość kanału YouTube zgromadzenia Zmartwychwstańców

Spśród kilku dostępnych kanałów komunikacyjnych do szczególnej analizy wybrana została platforma YouTube, która zawiera materiały wideo produkowane i promowane przez analizowany podmiot. W kontekście zainteresowań naukowych autorek niniejszego artykułu oraz prowadzonych od lat badań związanych z tym właśnie serwisem analiza kanału YouTube będzie prowadzona pod kątem jego korelacji z ideami, które są od lat najpopularniejsze na tej właśnie platformie.

### Rycina 11. Kanał YouTube zgromadzenia Zmartwychwstańców

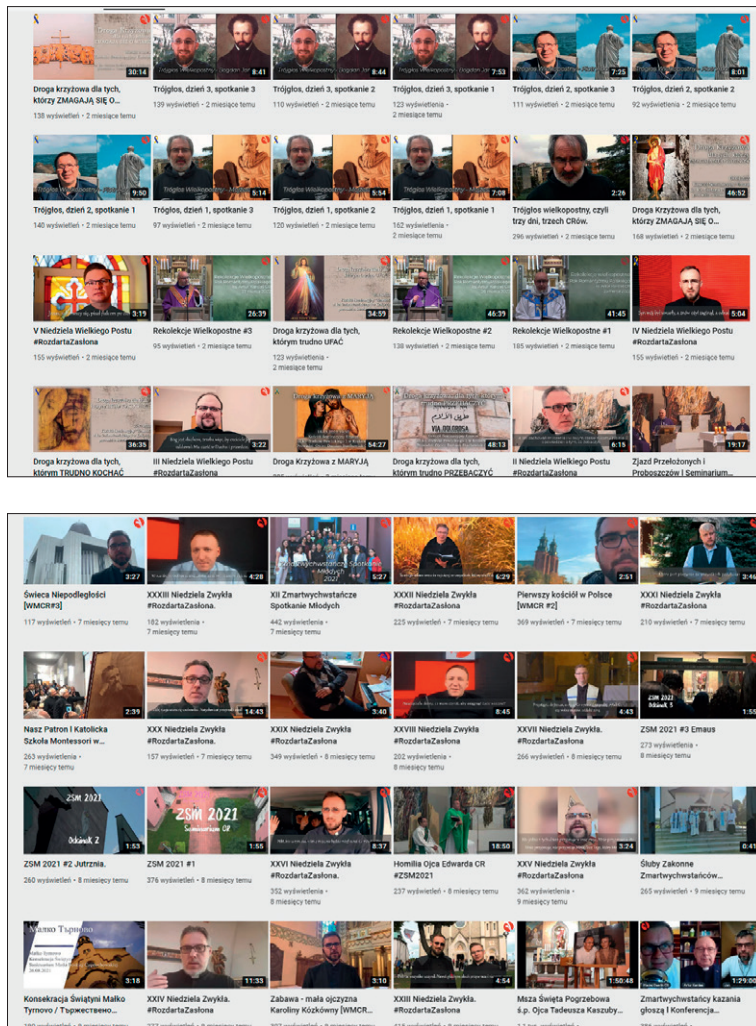


Źródło: [www.zmartwychwstancy.pl](http://www.zmartwychwstancy.pl) (21.03.2022).

Badanie filmów na podstawie metody mediometrycznej, jaką jest analiza zawartości i treści<sup>2</sup> przekazów, które ukazały się na tym kanale, pokazuje, że osoby odpowiadające za medialny aspekt zgromadzenia wykorzystują możliwości, jakie daje komunikowanie się za pomocą przekazów wideo.

- 2 R. D. Wimmer i J. R. Dominick podają kilka definicji analizy treści, wywodząc ją od klasycznej teorii autorstwa kodyfikatora tej metody badań – Bernarda Berelsona („technika badawcza służąca obiektywnemu, systematycznemu i ilościowemu opisowi jawnej zawartości komunikatów”). R. D. Wimmer, J. R. Dominick, *Mass media. Metody badań*, tłum. P. Czajka-Francuz, Kraków 2008, s. 211.

Rycina 12. Wykaz autorskich filmów na zmarłychwstańcym kanale YouTube



The screenshot displays the YouTube channel interface for 'Zmartwychwstańców'. It features several rows of video thumbnails with titles and view counts. Below the videos are sections for 'Utworzone playlisty' (Created Playlists) and 'Wiele playlist' (Many Playlists), each containing more video thumbnails. At the bottom, there is a 'Popularne filmy' (Popular Films) section with a 'ODTWÓRZ WSZYSTKIE' (Play All) button and a row of video thumbnails.

**Mini Emaus 2022 #2**  
197 wyświetleń • 1 miesiąc temu

**Mini Emaus - Mżerza?**  
158 wyświetleń • 1 miesiąc temu

**Mini Emaus 2022 #1**  
260 wyświetleń • 1 miesiąc temu

**Mini Emaus i a wy sie zgadzacie?**  
164 wyświetlenia • 1 miesiąc temu

**Mini Emaus - O tych dwóch co pozostali do Emaus...**  
240 wyświetleń • 1 miesiąc temu

**MiniEmaus 2022 - Wspomnienia**  
484 wyświetleń • 1 miesiąc temu

**Utworzone playlisty**

**Trójgłos Wielkopostny**  
WYŚWIETL CAŁĄ PLAYLISTĘ

**Druga Krczowa 2022**  
WYŚWIETL CAŁĄ PLAYLISTĘ

**Reliakcje Wielkopostne w roku romantyzmu 2022**  
WYŚWIETL CAŁĄ PLAYLISTĘ

**[IMACR]**  
WYŚWIETL CAŁĄ PLAYLISTĘ

**#ZSM2021**  
WYŚWIETL CAŁĄ PLAYLISTĘ

**Wielki Zmartwychwstańców - Konferencje...**  
WYŚWIETL CAŁĄ PLAYLISTĘ

**Wiele playlist**

**Zaczęło się od starca i dziewczki.**  
Zmartwychwstańcy  
WYŚWIETL CAŁĄ PLAYLISTĘ

**Dawno dawno temu u CRów.**  
Zmartwychwstańcy  
WYŚWIETL CAŁĄ PLAYLISTĘ

**Aktualności CR.**  
Zmartwychwstańcy  
WYŚWIETL CAŁĄ PLAYLISTĘ

**Światowe Dni Młodzieży.**  
Zmartwychwstańcy  
WYŚWIETL CAŁĄ PLAYLISTĘ

**Droga do Zmartwychwstańców.**  
Zmartwychwstańcy  
WYŚWIETL CAŁĄ PLAYLISTĘ

**Amoris Laetitia.**  
Zmartwychwstańcy  
WYŚWIETL CAŁĄ PLAYLISTĘ

**Popularne filmy** ▶ ODTWÓRZ WSZYSTKIE

**Jeruzalema Dance Miodzi CR i Pionali - Wideo. #jezusem**  
3 tys. wyświetleń • 11 miesięcy temu

**Ja jestem Świątobłądą świata i Wigilia Paschalis 1.**  
2,8 tys. wyświetleń • 2 lata temu

**Dlaczego warto być zmartwychwstańcem...**  
2,4 tys. wyświetleń • 2 miesiące temu

**Co to znaczy powstać z martwych? 71 WSD CR 1**  
2,3 tys. wyświetleń • 2 lata temu

**Ninja Vlog #1**  
1,6 tys. wyświetleń • 2 lata temu

**Koncert Mini Emaus 2022**  
1,5 tys. wyświetleń • 1 miesiąc temu

Źródło: [www.zmartwychwstancy.pl](http://www.zmartwychwstancy.pl) (21.03.2022).

Jak zapewniają twórcy zmartwychwstańczego kanału YouTube, „Nie chodzi tu o profesjonalizm trzymania kamery, czy aktorskie wypowiedzi. Chcemy podzielić się z Wami naszym życiem, pokazać jak je realizujemy, opowiedzieć o Słowie Bożym, tak jak je odczytujemy zgodnie z naszym zawołaniem PRAWDĄ I MIŁOŚCIĄ”.

Analiza poszczególnych komunikatów dotyczyć będzie zatem tematyki przekazów w odniesieniu do modelu dziesięciu najpopularniejszych idei w sferze serwisu YouTube. Na tej podstawie badanie przekazów, pod jakimi podpisują się twórcy kanału Zmartwychwstańców, może ukazać, czy autorzy wpisują się w model powszechnego oddziaływania poprzez współczesne środki społecznego przekazu, jakimi są media społecznościowe, czy też tworzą treści na podstawie własnych schematów aksjologicznych (w zakresie treści) i medialnych (w odniesieniu do formy przekazu).

## Analiza zawartości i treści stron internetowych oraz kanału YouTube w odniesieniu do badań nad lokowaniem idei w przekazach perswazyjnych

O znaczeniu perswazji w procesie komunikacji powiedziano i napisano już wiele. Walery Pisarek uważał nawet, że „świadome komunikowanie jest zawsze perswazją”<sup>3</sup>. *Słownik Języka Polskiego PWN* definiuje ją jako „namawianie do czegoś lub odradzanie czegoś z przytoczeniem odpowiednich argumentów”<sup>4</sup>. Władysław Paluchowski uważa, że perswazja „polega na komunikowaniu faktów, argumentów i informacji w celu zmiany postaw odbiorcy, a w ostatecznym efekcie jego działań”<sup>5</sup>. Podkreśla przy tym, że tego rodzaju oddziaływanie na odbiorcę jest konieczne ze względu na naturalną skłonność jednostek ludzkich do utrzymywania stałości. Jako *modus operandi* komunikacji perswazyjnej medioznawcy wskazują zjawisko lokowania idei. *Idea placement* to jednak nie tylko wykorzystanie wartości jako instrumentu komunikacji marketingowej, lecz także czynnik, który wpływa na kontekst kultury i komunikacji społecznej w ogóle. W ten sposób to, co niematerialne, staje w centrum przekazu, który kierowany jest do odbiorcy.

W książce *Lokowanie idei w reklamie* Klaudia Cymanow-Sosin na przykładzie kanału YouTube wyróżnia 10 podstawowych idei, które obecne są w nowoczesnej sferze komunikacyjnej w Polsce. Mowa o idei zwyciężania, idei zabawy, idei kultu siebie, idei relacji z innymi, idei stylu życia, idei magiczności, idei nowoczesności, idei relacji z przyrodą, idei wygody oraz idei przeciwstawiania się przemocy. Pierwsza z nich może się odwoływać do podejmowania wyzwania, zwycięstwa nad samym sobą czy — co bardziej odpowiada charakterystyce medium religijnego — zwycięstwa dobra nad złem oraz podejmowania walki z drugim człowiekiem lub o niego. Ideę zabawy traktuje się jako wyznacznik statusu społecznego, nawiązując do postkonsumpcjo-

3 Por. W. Pisarek, *Symbol, WIZERUNEK, narracja — trzy poziomy perswazji*, „Studia Filologiczne Uniwersytetu Jana Kochanowskiego”, t. 27, s. 11.

4 Por. *Perswazja*, *Słownik Języka Polskiego PWN*, <https://sjp.pwn.pl/szukaj/perswazja.html> (25.07.2022).

5 Por. W. Paluchowski, *Komunikacja perswazyjna a reklama*, „*Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny*”, Rok LXI, zes. 2, 1994, s. 113.

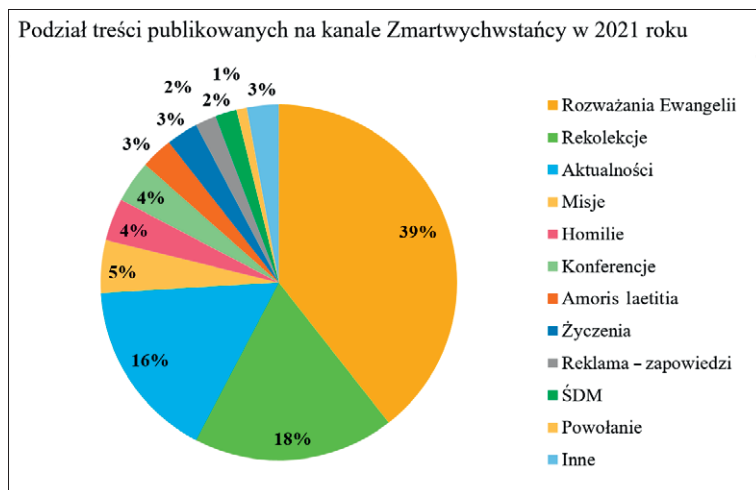
nizmu i eskapizmu. Od zaspokojenia potrzeb do samouwiełbienia prowadzi idea kultu siebie. Skupia się ona na kulcie ciała i jego ciągłym upiększaniu, udoskonalaniu, a także na zapatrzeniu w celebrytów i tzw. sławie *instant*. Do człowieka jako *homo socialis* nawiązuje idea relacji z innymi. W zależności od tego, czy jednostka jest sklasyfikowana jako biorca, rewanżysta, czy dawca, realizuje się na różne sposoby: poprzez urzeczywistnianie własnych pragnień, poczucie sprawiedliwości w wymianie dóbr lub troskę o dobro wspólne. Idea ta dotyka kwestii stosunku nie tylko do wybranej osoby, lecz także do wspólnoty ludzi czy idei absolutu, więc także do Boga. Od wolnego wyboru po zniewolenie wyborem prowadzić może idea stylu życia, od *sacrum* do *profanum* natomiast — idea magiczności. Często mowa o niej w kontekście alternatywnych wierzeń, białej magii, wtórnej kulturowo sakralizacji czy magii w legendach. W idei nowoczesności z kolei ideologia liberalna dominuje nad personalizmem. To, co się liczy, to strefa komfortu i sfera swobody wyboru. W tym kontekście można mówić o tzw. plemionach w Sieci, czyli wspólnotach wirtualnych. Kolejną ideą, którą wyróżnia autorka, jest ta traktująca o relacji z przyrodą. Cechują ją ukierunkowanie na kwestię zmian klimatycznych jako narzędzia budowania tzw. świadomości sozologicznej oraz humanizacja świata zwierząt. W myśl tej zasady altruizm staje się reakcją na narcyzm. Wyznawcy idei wygodny w komforcie widzą miernik sukcesu, który wiąże się z obowiązującymi trendami, modą czy stylem życia. Ostatnią z dziesięciu idei jest przeciwstawianie się przemocy. Wśród jej głównych założeń są reakcja na przemoc, zarówno w rzeczywistości, jak i w świecie wirtualnym, kampanie społeczne, bunt przeciwko przemocy symbolicznej, między innymi związanej z kategorią płci, a także reakcja na sprzeciw wobec świata zwierząt i natury.

W tej części niniejszego artykułu analizie poddane zostanie to, w jaki sposób powyższe idee obecne są w treściach publikowanych na kanale YouTube Zmartwychwstańców. Profil subskrybuje 1,26 tysiąca osób, a do ich dyspozycji jest 277 filmów. Od dnia powstania kanału zakonu został on wyświetlony 106 130 razy (stan na dzień 28.07.2022). Publikowane materiały wideo podzielone są na playlisty, wśród których warto wymienić „Trójgłos Wielkopostny” (wielkopostne rekolekcje prowadzone przez o. Adama Błyszczka CR z Tivoli, o. Jacka Wójcika CR z Warny i o. Tomasza Koperka CR z Poznania), „#RozdartaZasłona” (rozważania niedzielnej Ewangelii), „Z Jezusem w świat” (seria



prowadzona przez o. Edwarda Żakowicza CR), „Aktualności CR” czy „Zaczęło się od Starca i dziecka” (cykl filmów z o. Michałem Szlachciakiem CR o misji zmartwychwstańców w Bułgarii). Liczba wyświetleń poszczególnych materiałów waha się od nieco ponad 20 do nawet 3 tysięcy. O charakterze publikowanych filmów informuje już samo przywoływane wcześniej motto, które Zmartwychwstańcy zamieścili w opisie swojego kanału. W oczywisty sposób wskazuje to kierunek, w którym podąża lokowanie idei zawartych w treściach. W celu wykazania, które z 10 idei zaproponowanych przez Cymanow-Sosin obecne są w przekazach zakonu zamieszczanych na oficjalnym kanale na YouTube, analizie poddane zostały treści opublikowane od 1 stycznia do 31 grudnia 2021 roku. W tym czasie Zmartwychwstańcy udostępnili 104 materiały filmowe. Warto w tym miejscu zwrócić uwagę również na fakt, że stanowią one znaczną część wszystkich treści dostępnych na profilu. Wydaje się zatem, że w ostatnich latach znacząco wzrosła aktywność zakonu w obszarze badanego medium. Trudno nie łączyć jej z trwającą w tym czasie pandemią koronawirusa.

Rycina 13. Wyniki badań kanału na YouTube zgromadzenia Zmartwychwstańców



Źródło: badania własne.

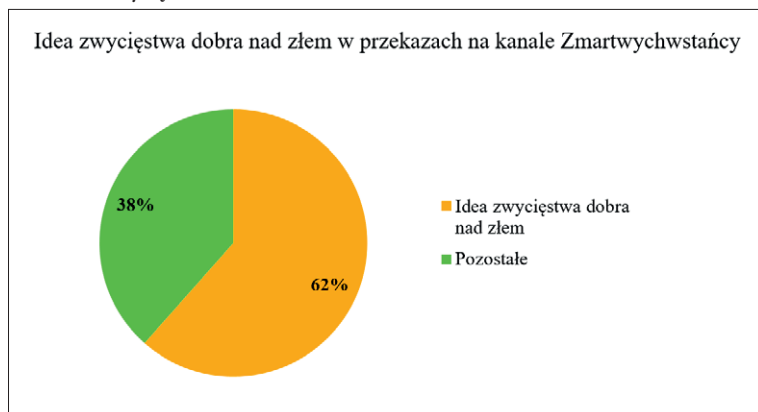
Wśród opublikowanych w badanym okresie filmów najliczniejszą grupą są rozważania Ewangelii (41 materiałów wideo). Dostępne są w formie regularnej serii zatytułowanej „#RozdartaZasłona”, pojawiającej się w niedziele oraz święta i uroczystości. 19 filmów to internetowe rekolekcje, najczęściej wielkopostne, a 17 przedstawia aktualne wydarzenia z życia zakonu. Ciekawą propozycją jest cykl „Zaczęło się od Starca i dziecka”, w którym ukazywana jest codzienność zakonników w Bułgarii. W 2021 roku opublikowano 5 odcinków. Użytkownicy na kanale YouTube Zmartwychwstańców w tym czasie obejrzyć mogli 4 konferencje i 4 homilie, w tym jedną wygłoszoną przez biskupa pomocniczego archidiecezji krakowskiej, bp. Roberta Chrząszcza. W ubiegłym roku rozpoczęto także serię poświęconą adhortacji Ojca Świętego Franciszka *Amoris laetitia*. Prowadzi ją o. Adam, a w badanym okresie pojawiły się 3 takie filmy, w tym jeden, który zapowiada cykl. 2 materiały to wspomnienia minionych Światowych Dni Młodzieży, którymi na kanale zakonu dzieli się o. Radosław. W 2021 roku pojawiły się filmy poświęcone spotkaniom w Kolonii i Sydney. Wśród wszystkich opublikowanych w tym czasie treści 1 skupia się na kwestii powołania, w którym zakonnicy dzielą się „doświadczeniem bycia zmartwychwstańcami”. Jako „inne” zakwalifikowane zostały wideoblogi „#WMCR”, tworzone przez ks. Wojciecha Mleczkę. Ich tematem są miejsca związane z wiarą, takie jak Zabawa, gdzie urodziła się bł. Karolina Kózkówna, czy pierwszy kościół w Polsce, czyli bazylika w Gnieźnie.

Analiza zawartości materiałów opublikowanych przez Zmartwychwstańców w 2021 roku pokazuje, że w treściach próżno szukać idei zabawy, kultu siebie, magiczności, nowoczesności, wygody czy relacji z przyrodą. Przeważać zdają się idea zwycięstwa, w tym przypadku dobra nad złem, oraz idea relacji z innymi. Zdają się one iść ze sobą w parze i trudno jest je od siebie oddzielić. W przypadku treści religijnych, z którymi mamy do czynienia w tym przypadku, w oczywisty sposób nawiązują do duchowego rozwoju i walki ze złymi wartościami oraz grzechem.

Jak wynika z przedstawionej wyżej statystyki, wśród treści publikowanych na kanale YouTube Zmartwychwstańców w 2021 roku przeważają te, które skupiają się bezpośrednio na interpretacji konkretnych fragmentów Pisma Świętego. Do takich w pierwszym rzędzie zaliczyć należy serię „#RozdartaZasłona”, opublikowane homilie czy internetowe rekolekcje, w których ka-

znodzieje odwołują się do wersetów z Biblii. Jeżeli przyjąć więc chrześcijańską optykę Dobrej Nowiny o zmartwychwstaniu, a więc o zwycięstwie dobra nad złem, życia nad śmiercią, oznacza to, że ta idea w sposób bezpośredni obecna jest w 61,5% filmów opublikowanych przez zakon w tym czasie. Warto przy tym dodać, że w formie pośredniej jej znamiona dostrzec można również w materiałach związanych z aktualnościami z życia Zmartwychwstańców, cyklach związanych z powołaniem, adhortacją papieską *Amoris laetitia*, życzeniami świątecznymi czy z tematyką misyjną. Pozwala to stwierdzić, że w zdecydowanej większości filmów publikowanych na badanym profilu obecna jest idea zwycięstwa dobra nad złem.

**Rycina 14.** Wyniki badań kanału na YouTube zgromadzenia Zmartwychwstańców w zakresie idei zwyciężania



Źródło: badania własne.

Chrześcijaństwo w swoim założeniu odwołuje się do relacji. Zarówno ze Stwórcą, jak i z drugim człowiekiem. „Będziesz miłował Pana, Boga swego, całym swoim sercem, całą swoją duszą, całą swoją mocą i całym swoim umysłem; a swego bliźniego jak siebie samego”<sup>6</sup> – czytamy w Ewangelii według św. Łukasza. Chrześcijanin, podobnie jak każdy inny człowiek, nie istnieje w próż-

6 Por. *Ewangelia wg św. Łukasza*, Biblia Tysiąclecia, <https://biblia.deon.pl/rozdzial.php?id=325> (27.07.2022).

ni, ale egzystuje wśród otaczających go ludzi, z którymi w naturalny sposób wchodzi w relacje. Nie dziwi zatem, że idea relacji z innymi obecna jest w wielu materiałach dostępnych w mediach społecznościowych. Już z samej definicji mediów społecznościowych wynika „kontakt pomiędzy użytkownikami”<sup>7</sup>, a więc właśnie relacja. Ten rodzaj idei dostrzec można w wielu materiałach opublikowanych na kanale YouTube Zgromadzenia Zmartwychwstania Pana Naszego Jezusa Chrystusa Prowincja Polska. Po raz kolejny trzeba wskazać na cykl rozważań Ewangelii „#RozdartaZasłona”. W tych krótkich naukach kaznodzieje, zwracając się bezpośrednio do słuchaczy, nawiązują do relacji, które każdy tworzy w życiu. W odcinku z 18 grudnia 2021 roku o. Łukasz, odnosząc się do fragmentu Pisma Świętego przeznaczonego na IV niedzielę Adwentu, mówi o stosunku człowieka do Stwórcy i do innych. „Niesienie dobra drugiemu człowiekowi, oprócz najważniejszej relacji z Bogiem, jest wyznacznikiem naszej wiary” – podkreśla zmartwychwstańiec. Warto przy tym zwrócić uwagę, że skraca on dystans z odbiorcą, stosując formy „ja”, „ty” lub „my”. W ten sposób nie tylko treść nawiązuje do idei relacji z innymi, lecz także język<sup>8</sup>. Podobnie dzieje się w publikowanych filmach rekolekcyjnych, takich jak na przykład „SMS od Zmartwychwstałego”. W tym przypadku do idei nawiązuje już sam tytuł cyklu, który pokazuje również rodzaj relacji, która staje się centrum materiałów. Chodzi o szczególną z punktu widzenia katolickiego medium relację między Bogiem a człowiekiem. Także w tym filmie zakonnik prowadzący rozważanie zwraca się bezpośrednio do widza, używając formy „ty”, skracać dystans i budując więź z odbiorcą<sup>9</sup>. Warto w tym kontekście zwrócić uwagę na cykl poświęcony adhortacji papieża Franciszka *Amoris laetitia*. Również w tym przypadku sama tematyka wskazuje na przestrzeń relacji, w tym wypadku rodzinnych. Analizując tekst Ojca Świętego o. Adam, zwracając się bezpośrednio do widza, tłumaczy, w jaki sposób dokument może przekładać się na ich osobiste relacje.

7 Por. *Media społecznościowe*, w: *Słownik Języka Polskiego PWN*, <https://sjp.pwn.pl/slowniki/media%20ospo%C5%82eczno%C5%9Bciowe.html> (27.07.2022).

8 Por. 4 *Niedziela Adwentu 2021 #RozdartaZasłona*, Zmartwychwstańcy, <https://www.youtube.com/watch?v=NivixtAxuCW> (27.07.2022).

9 *Brak wiary – SMS od Zmartwychwstałego*, Zmartwychwstańcy, <https://www.youtube.com/watch?v=-jTlpAcmSsE> (28.07.2022).

Analiza zawartości treści opublikowanych na kanale YouTube zakonu pozwala stwierdzić, że znamiona idei relacji z innymi widoczne są także w filmach zawierających życzenia świąteczne, wspomnienia z poprzednich Świątowych Dni Młodzieży, homiliach czy treściach powołańowych. Oznacza to, że zawarta jest ona w większości materiałów opublikowanych w badanym okresie, nawet aż w 70%. Wydaje się, że analizując treści wideo dostępne na profilu Zmartwychwstańców, wspomnieć należy jeszcze o jednej idei obecnej w nich, sygnalizowanej już w opisie poprzez frazę: „chcemy podzielić się z Wami naszym życiem, pokazać jak je realizujemy”. Jest to wyraźne nawiązanie do idei stylu życia. Zakonnicy poprzez materiały powołańowe, takie jak chociażby „Wolne miejsce”, opublikowane 18 czerwca 2021 roku, czy cykl „Zaczęło się od Starca i dziecka”, pokazujący, jak wygląda życie misjonarzy w Bułgarii, chcą przedstawić swoją codzienność, zainteresować nią widzów, a co za tym idzie – zachęcić do wybrania podobnej drogi. „Podzielenie się życiem”, o którym piszą twórcy kanału, to nic innego jak ukazanie stylu życia Zmartwychwstańców i jego promocja. Jest to charakterystyczne dla mediów religijnych w ogóle. Publikowane treści pokazują bowiem wzorce, za którymi wierzący powinien podążać każdego dnia. To promocja konkretnych postaw, które mają sprawić, że we właściwy, dobry sposób przejdzie on przez swoje życie. Tak dzieje się również w analizowanym przypadku. Zakon nie tylko zachęca do dołączenia do swoich struktur, ale wskazuje, jak żyć zgodnie z chrześcijańskim stylem życia, aby kiedyś osiągnąć życie wieczne.

## Podsumowanie i wnioski

Media społecznościowe stają się współcześnie nie tylko przestrzenią przekazywania informacji i kontaktu pomiędzy osobami, lecz także, co szczególnie ważne w przypadku Kościoła katolickiego, preewangelizacji czy nawet ewangelizacji *sensu stricto*. W obliczu widocznego kryzysu wiary, szczególnie wśród ludzi młodych, portale społecznościowe stają się narzędziem niezbędnym dla instytucji religijnych. Do takich należy Zgromadzenie Zmartwychwstania Pana Naszego Jezusa Chrystusa Prowincja Polska.

Zmartwychwstańcy, wychodząc naprzeciw wyzwaniom XXI wieku, prowadzą komunikacje między innymi poprzez materiały wideo, publikowane na kanale YouTube. Jak każdy użytkownik tego medium, również zakon poprzez udostępniane filmy promuje idee i wartości, które pragnie przekazać swoim widzom, lub próbuje zachęcić ich do refleksji nad nimi.

Przeprowadzona analiza treści opublikowanych w 2021 roku pokazuje, że najczęściej reprezentowanymi ideami spośród 10 najpopularniejszych w sferze serwisu są idea zwycięstwa dobra nad złem oraz relacji z innymi, w tym nie tylko z drugim człowiekiem, lecz także z Bogiem. Zwrócono również uwagę na obecność idei stylu życia, poprzez którą Zmartwychwstańcy nie tylko promują wartości chrześcijańskie, ale – co równie ważne – zachęcają odbiorców do wybrania drogi powołania zakonnego.

## Abstract

The media studies approach to the study of communication of the Congregation of the Resurrection of Our Lord Jesus Christ in Poland in the context of the contemporary media sphere is not a simple phenomenon in the face of the constantly changing reality of the social and media communication. The purpose of this article is to analyze the media resources of the Congregation's websites and to study the correlation between the most popular ideas used in new media based on the YouTube platform and the content posted on the channels of the Congregation discussed in this paper. The conclusions drawn on the basis of the analyzes of the content and subject matter are oriented towards applied research and can greatly contribute to building the media identity and image of the congregation in accordance with its values.

Keywords: Communication, content analysis, evangelization, media

## Bibliografia

- Brak wiary – SMS od Zmartwychwstałego*, Zmartwychwstańcy, <https://www.youtube.com/watch?v=-jTlpAcmSsE> (28.07.2022).
- Ewangelia wg św. Łukasza*, Biblia Tysiąclecia, <https://biblia.deon.pl/rozdzial.php?id=325> (27.07.2022).
- Media społecznościowe*, w: *Słownik Języka Polskiego PWN*, <https://sjp.pwn.pl/slowniki/media%20ospo%C5%82eczno%C5%9Bciowe.html> (27.07.2022).
- Paluchowski W., *Komunikacja perswazyjna a reklama*, „*Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny*”, Rok LVI, zes. 2, 1994.
- Perswazja*, *Słownik Języka Polskiego PWN*, <https://sjp.pwn.pl/szukaj/perswazja.html> (25.07.2022).
- Pisarek W., *Symbol, WIZERUNEK, narracja – trzy poziomy perswazji*, „*Studia Filologiczne Uniwersytetu Jana Kochanowskiego*”, t. 27.
- Wimmer R. D., Dominick J. R., *Mass media. Metody badań*, tłum. P. Czajka-Francuz, Kraków 2008.
- 4 *Niedziela Adwentu 2021 #RozdartaZaslona*, Zmartwychwstańcy, <https://www.youtube.com/watch?v=NivixtAxuCW> (27.07.2022)
- Zmartwychwstańcy*, <http://www.zmartwychwstancy.pl/site/index.php/10-aktualnosci/> (20.03.2022).






Honorata Uniwersał

Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie

 <https://orcid.org/0000-0002-2324-1507>

## Współczesny przekaz medialny Zmartwychwstańców – analiza treści dostępnych w domenie publicznej

 <https://doi.org/10.15633/9788363241827.02>

Współczesne media, choć powinny pełnić funkcję misyjną, jaką są służba społeczeństwu oraz zachęcanie do rozwoju czynności manualnych i intelektualnych<sup>1</sup>, często sprowadzają się do przekazu newsowego, przekazu, który nie komunikuje znaczących dla człowieka wartości. Media katolickie, choć skupiają się na przekazie dotyczącym wiary chrześcijańskiej i wydarzeń z nim związanych, tworzą sferę medialną, która powinna funkcjonować analogicznie do innych dziedzin mediów.

Celem artykułu jest przedstawienie działalności medialnej Zgromadzenia Zmartwychwstania Pana Naszego Jezusa Chrystusa oraz wyników badań analizy treści dostępnych w domenie publicznej współczesnego przekazu medialnego Zmartwychwstańców.

Przedmiotem badania są strony internetowe oraz portale takie jak: Facebook czy Twitter oraz kanał na YouTube.

Pytania badawcze, pomocne w tej analizie, brzmią: „Jak wygląda przekaz medialny Zmartwychwstańców?” oraz „Jakie wartości współczesnego świata przekazuje Zgromadzenie Zmartwychwstania Pana Naszego Jezusa Chrystusa?”.

---

1 S. Koczy, *Rola mediów w procesie komunikacji społecznej*, pdf-137458–64599 (wsge.edu.pl) (16.11.2022), s. 84.

Podsumowaniem artykułu będzie przedstawienie wyników badania kwestionariuszem ankietowym wśród studentów dziennikarstwa na temat treści chrześcijańskich, jakie są interesujące dla młodego pokolenia (badanie: „Sposoby rozwijania mediów chrześcijańskich w Internecie”).

## Zgromadzenie Zmartwychwstania Pana Naszego Jezusa Chrystusa Prowincja Polska – strony internetowe

„Urok Jańskiego, jego wiara i konkretna miłość bliźniego sprawiły, że nowa wspólnota zdołała się utrzymać, mimo przeciwności ze strony nie tylko rodaków, ale i ambasady rosyjskiej”<sup>2</sup>. Ten cytat świadczy o trwałości zakonu i istocie wartości, która jest nieodłącznym elementem jedności. Trwając na podstawie tych idei, Zmartwychwstańcy tworzą przekaz medialny, który ma na celu ukazanie codzienności zakonników oraz przekazanie słowa Bożego zgodnego z prawdą i miłością<sup>3</sup>.

Stroną Zgromadzenia Zmartwychwstania Pana Naszego Jezusa Chrystusa Prowincja Polska jest [zmartwychwstancy.pl](https://zmartwychwstancy.pl)<sup>4</sup>. Jest ona głównym medium zakonu i zawiera treści dotyczące historii zakonu, kalendarium wydarzeń, aktualności oraz misji, jaką ze sobą niosą. Zakon stworzył aplikacje, *Rachunek Sumienia* oraz *Alleluja*, które mają pomóc wiernym w przygotowaniu się do sakramentu pokuty oraz codziennej modlitwie. Informacje o aplikacjach są dostępne w dolnej części strony.

Oficjalna strona zakonu zawiera wszystkie treści informacyjne, kontaktowe i dodatkowe, związane z zakonem i ich działalnością medialną. Strona jest stale ulepszana przez zgromadzenie. Misja zakonu skupia się na budowaniu wspólnoty chrześcijańskiej z wartościami nadziei, radości i pokoju<sup>5</sup>.

---

2 Zmartwychwstańcy, Facebook, <https://m.facebook.com/Zmartwychwstancy/> (16.11.2022).

3 <https://www.youtube.com/channel/UCJ2I6APBL1pJUVCEpauCcw/about>.

4 Zgromadzenie Zmartwychwstania Pana Naszego Jezusa Chrystusa Prowincja Polska, [zmartwychwstancy.pl](https://zmartwychwstancy.pl) (6.11.2022).

5 Zgromadzenie Zmartwychwstania Pana Naszego Jezusa Chrystusa Prowincja Polska, [zmartwychwstancy.pl](https://zmartwychwstancy.pl) (6.11.2022).

Kolejne strony nie są redagowane przez Zmartwychwstańców, a jedynie zakon tam widnieje jako jeden z zakonów męskich w Polsce. Zyciezakonne.pl jest stroną poświęconą wszystkim zakonom męskim w Polsce<sup>6</sup>. Znajdują się tam treści głównie informacyjne. Można tam znaleźć historię Zmartwychwstańców oraz aktualności. Strona ta nie jest oficjalną stroną Zmartwychwstańców, ale jedynie wspomina o ich działalności.

Inna strona, kościół Zmartwychwstania Pańskiego, również spełnia funkcję strony informacyjnej z aktualnościami i kontaktem z kościołem<sup>7</sup>.

Wikipedia to wiedza zdobyta z wcześniej przywołanych stron<sup>8</sup>. Nie znajduje się tu więcej informacji niż na poprzednich portalach.

Pośród informacyjnego przekaz stron internetowych powyżej zostały wymienione wszystkie, które są dostępne w domenie publicznej. Należy jednak pamiętać, że zakon oficjalnie komunikuje się poprzez stronę [www.zmartwychwstancy.pl](http://www.zmartwychwstancy.pl). Pozostałe jedynie wspominają o zakonie i nie służą do oficjalnej korespondencji.

Powyższe strony prowadzą do wyciągnięcia wniosków, że główna strona internetowa [zmartwychwstancy.pl](http://zmartwychwstancy.pl) dzieli się na dwie kategorie: historyczno-informacyjną oraz komunikacyjno-medialną. Pierwsza to zasoby dotyczące powstania Zmartwychwstańców, założycieli, misji i zbiorów bibliotecznych. Druga zawiera możliwość kontaktu z zakonem poprzez pocztę elektroniczną, telefon oraz media społecznościowe, w które wpisują się Facebook, Twitter i YouTube.

## Wybrane portale społecznościowe Zmartwychwstańców

Facebook – portal informacyjny, który dzięki rozwojowi poszerzył możliwości nie tylko polubienia postów, lecz także reakcji na nie, możliwości udostępnienia, oznaczania innych osób i komentowania. Jest to o tyle ułatwiające obserwowanie i analizowanie treści, że reakcje wyrażają nie tylko polubienie

6 Życie Zakonne – Serwis Informacyjny Konferencji Wyższych Przełożonych Zakonów Męskich w Polsce, [zyciezakonne.pl](http://zyciezakonne.pl) (8.03.2022).

7 Kościół CR » Kościół Zmartwychwstania Pańskiego, [kosciolcr.pl](http://kosciolcr.pl) (8.03.2022).

8 Zgromadzenie Zmartwychwstania Pana Naszego Jezusa Chrystusa – Wikipedia, wolna encyklopedia (8.03.2022).

danego posta, ale emocje z nim związane. Mogą to być radość, poczucie miłości, smutku, gniewu, płacz.

Poniżej znajduje się kilka punktów podsumowujących analizę portalu Facebook pod względem przepływu komunikacji między profilem zmarłych wstańców a społecznością:

1. Posty są udostępniane regularnie, często nawet kilka razy dziennie.
2. Każdy post jest zauważany przez odbiorców.
3. Posty mają charakter informacyjny, ale również okolicznościowy.
4. Facebook jest miejscem, gdzie udostępniane są treści z kanału YouTube, co poszerza zasięgi medialne.
5. Największą liczbą reakcji cieszą się posty z wydarzeń bieżących (msze, homilie).

Posty udostępniane na portalu Facebook zawsze mają charakter zmarłych wstańców, jest to medium związane z codziennością zakonu. Materiały są przedstawiane w sposób krzepiący dla odbiorców, dążą do refleksji nad istotą wiary, jej poznania, do zapoznania się z zakonem i jego dziedzictwem. Post składa się z przekazu tekstowego oraz graficznego, często są to grafiki tworzone celowo pod tekst. Większa część grafik to zdjęcia z wydarzeń zakonu. To pod nimi znajduje się najwięcej reakcji, komentarzy i udostępnień przez odbiorców.

Medium, które obecnie cieszy się dużym zainteresowaniem społeczeństwa, jest YouTube<sup>9</sup>.

Kanał Zmarłych Wstańców powstał w 2014 roku, a pierwszy film został opublikowany 5 października 2019 roku. Obecnie liczba subskrybentów wynosi ponad 1000 osób.

Tabela 1 przedstawia pierwsze trzy filmy publikowane na kanale YouTube Zmarłych Wstańców i na jej podstawie zauważa się, że została podjęta próba zachowania ciągłości tematu. Pierwszy odcinek zainteresował widzów, a przy ostatnim nastąpił spadek oglądalności. To samo dotyczy liczby polubień.

Tabela 2 przedstawia filmy z zakładki *Popularne*. Ich kolejność jest przedstawiona ze względu na oglądalność materiałów wideo.

---

9 Zmarłych Wstańców – YouTube (8.03.2022).

**Tabela 1.** Zestawienie trzech pierwszych odcinków „Misji tanzańskiej”

TYTUŁ	DATA PUBLIKACJI	LICZBA POLUBIEŃ*	LICZBA WYŚWIETLEŃ	LICZBA KOMENTARZY	DŁUGOŚĆ FILMU
Misja tanzańska	5.10.2019	7	266	0	7:32
Misja tanzańska cz. 2	9.10.2019	6	361	0	2:32
Misja tanzańska cz. 3	18.10.2019	5	151	0	7:57

Źródło: <https://www.youtube.com/channel/UCJ2I6APBL1pJUVCEpauCew/videos>.

Na pierwszym miejscu znajduje się film z prymicji ks. Kamila. „Jeden z najradośniejszych dni w roku dla naszej wspólnoty zakonnej – to dzień prymicji ks. Kamila, który niedawno przyjął sakrament święceń kapłańskich”<sup>10</sup>. Zmartwychwstańcy dzielą się z widzami wewnętrznymi wydarzeniami, które stanowią integralną część między ludźmi świeckimi a zakonnikami. Zaproszenie nowego księdza, jego rodziny, przyjaciół do codzienności Zmartwychwstańców jest jednocześnie zaproszeniem dla widzów do wspólnej celebracji i poznania zakonu. Wartość, która została przekazana tym materiałem, to przede wszystkim trwałość zakonu.

Drugim filmem, który nie tylko został obejrany przez ponad 3000 widzów, lecz także zdobył największą liczbę polubień, jest *Jerusalem Dance Młodzi CR | Poznań – Wilda*. „Chodzi o to, że zakon to nie tylko grupa modlących się mnichów, poważnie zapatrzonych w modlitewne podręczniki. Zakon stanowią ludzie, jest dla ludzi i bez ludzi nic nie znaczy. Każdy charyzmat zakony jest ukierunkowany w stronę człowieka. Możemy śmiało powiedzieć nasze zmartwychwstanie smutne by było, gdyby nie młodzi”<sup>11</sup>. Zakon deklaruje przywiązanie do młodych oraz zwraca uwagę na ważność relacji Zmartwychwstańcy–ludzie. Nieodłącznym elementem zakonu i jego funkcjonowania jest społeczeństwo, a przede wszystkim młodzież, do której Zmartwychwstańcy zwracają się, organizując wydarzenia dla młodych. Wartość relacji i chęci jej kontynuowania jest głównym elementem w tym wideo.

10 <https://www.youtube.com/watch?v=fpbGGix8tyc>.

11 <https://www.youtube.com/watch?v=fgZmXovDrCE>.

**Tabela 2.** Zestawienie najbardziej oglądanych i lubianych filmów

TYTUŁ	LICZBA POLUBIEŃ*	LICZBA WYŚWIETLEŃ	DŁUGOŚĆ FILMU
Prymicje Księdza Kamila CR	43	5800	5:20
Jerusalem Dance Młodzi CR   Poznań – Wilda. #jestemcr	126	3200	3:17
Gdzie uciekał papież JP2 z Watykanu?	50	3000	9:21
Ja jestem Światłością Świata   Wigilia Paschalna   12.04.2020	59	2600	3:22
Dlaczego warto być zmartwychwstańcem...	44	2500	13:52
Co to znaczy powstać z martwych?   WSD CR	70	2500	2:09
Ninja Vlog #1	135	1600	3:52
Zostajemy na Ukrainie...	43	1500	3:57
O nowym ośrodku rekolekcyjnym zmartwychwstańców	31	1500	3:24
Instrukcja spowiedzi na czas pandemii	14	1400	1:56
Mini Emaus   Dzień 2 #2	30	1100	3:43
Kurs ceremoniarza	23	1000	2:36

Źródło: <https://www.youtube.com/channel/UCj2I6APBL1pJUVCEpauCew/videos>.

Pozostałe materiały audiowizualne skłaniają do wniosków, że zakon tworzy kontent dla widzów w celu ukazania codzienności, przekazania wartości i idei zgodnych z misją Zmartwychwstańców i ich pokoleniowością. Ich misją jest ukazanie życia zgodnego z wiarą chrześcijańską.

Pandemiczny rok 2020 był czasem, gdy wiele portali społecznościowych zaprzestało swojej działalności. Zmartwychwstańcy kontynuowali publikowanie wideo, dzięki czemu ożywili swój kanał YouTube.

*Instrukcja spowiedzi na czas pandemii* została obejrzana przez 1403 osoby, a polubiona przez 14 osób. Materiał ten stał się alternatywą dla sakramentu spowiedzi w czasie obostrzeń związanych z pandemią. Instrukcja zawiera informacje dotyczące spowiedzi parafii Zmartwychwstania Pańskiego Poznań – Wilda.

Analiza treści publikowanych w 2020 roku wskazuje między innymi na premiery vlogów, czyli materiałów wideo publikowanych regularnie w formie wypowiedzi autora nagrania. Pierwszym takim vlogiem był *Ninja Vlog*, czyli przemyślenia o. Łukasza na temat relacji z Bogiem. Głównym tematem vloga są powołanie o. Łukasza i jego droga do kapłaństwa. Pierwsze wideo skupia się na istocie powołania, liturgii i jej przeżywania, drugie przekazuje wartość wspólnoty, która definiuje zakon Zmartwychwstańców, trzecie to wartość modlitwy i umiejętności odnalezienia w niej siły. Vlog ten obecnie nie jest przesyłany na kanał, dlatego można uznać go za zakończony cykl.

*Rozdarta Zastona* to filmy w formie rozważań różnych kapłanów co do niedzielnej Ewangelii. Cykl ma na celu zrozumienie fragmentów Pisma Świętego i refleksje nad nimi w przystępny dla widza sposób.

*Zaczęło się od Starca i dziecka* to wideo prowadzone przez o. Michała Szlachciaka, który opowiada o misji Zmartwychwstańców w Bułgarii.

*Świtanie* to rozważania w czasie pandemii.

Cykl *Z Jezusem w świat* radzi, jak żyć w codzienności z Jezusem oraz jak szukać Jezusa ewangelicznego. Program ten z każdym kolejnym filmikiem gromadził większą liczbę wyświetleń, co wskazuje na zaciekawienie tematem.

Interesujący i oglądany program pod koniec 2020 roku to *Trójgłos Adwentowy*, rekolekcje przygotowane przez trzech zmartwychwstańców.

Analiza z roku 2021 przedstawia kontynuacje filmików *Rozdartej Zastony*, *Zaczęło się od Starca i dziecka*, *Ninja Vlog*, okolicznościowych filmów przygotowujących do Wielkanocy oraz stworzenie nowego contentu *SMS od Zmartwychwstałego*. Filmiki te mają formę krótkiej odpowiedzi na trudne pytania. Mają charakter pokrzepiający.

Podsumowując kanał YouTube Zmartwychwstańców, należy przedstawić trzy formy audiowizualne, które widzowie najchętniej oglądają:

1. Vlog to ciekawa i od lat częsta forma przekazu wideo, która jest spontaniczna i ma na celu przedstawienie codzienności, jako czegoś niereżyse-

rowanego. Kanał Zmartwychwstańców może cieszyć się wysoką liczbą polubień, szczególnie dzięki *Ninja Vlog*.

2. Wydarzenia okolicznościowe — są nie tylko najchętniej oglądane, lecz także doceniane przez odbiorców, stąd również duża liczba polubień.
3. Poszukiwanie odpowiedzi również jest najwyżej oceniane na YouTube, oznacza to, że Zmartwychwstańcy poruszają właściwą tematykę i w przystępny sposób uzupełniają wiedzę widzów i rozwiązują ich problemy.

Powyzsze zestawienie pokazuje, że poziom oglądalności jest równie wysoki co liczba polubień. Oznacza to, że te filmy, które są oglądane, są również doceniane przez odbiorców. Podsumowując wymienione dostępy w domenie publicznej, można wyciągnąć następujące wnioski:

1. Domena publiczna zawiera treści informacyjne, bieżące oraz różnorodne w zakresie tematyki Zmartwychwstańców.
2. Zmartwychwstańcy korzystają z podstawowych portali informacyjnych.
3. Forma, którą chcą dotrzeć do jak największej liczby odbiorców, jest wciąż ulepszana.
4. Zakon używa *hashtagów* (#), dzięki czemu odbiorca szybko znajdzie swoje ulubione teksty na Facebooku i wideo na YouTube.

## **Autorskie badanie: „Sposoby rozwijania mediów chrześcijańskich w Internecie”**

Jednym ze sposobów badania były wykorzystanie kwestionariusza ankietowego i przedstawienie jego wyników oraz ich interpretacja.

Grupa społeczna to studenci Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II w Krakowie, w liczbie 20 osób. Jest to skromne badanie, które może posłużyć jako wstęp do dalszego rozwijania mediów i komunikacji z młodymi dla zakonu. Pytania ankietowe zawierają metryczkę (płeć, wiek i miejsce zamieszkania). Kolejne pytania to:

1. Z którego medium najczęściej korzysta badany? Wśród sugerowanych odpowiedzi są portale, które są najczęściej wybierane przez młodych.



2. Czy badany napotyka na treści chrześcijańskie na portalach internetowych? Pytanie formę zamkniętą, gdzie odpowiedź jest jednoznaczna.
3. Czy badanego interesują materiały chrześcijańskie publikowane w Internecie? Pytanie również ma formę zamkniętą.
4. Ostatnie dwa pytania przyjmują formę pytania otwartego, gdzie badany może się wypowiedzieć. Pytania brzmią następująco:
  - Jaki chrześcijański przekaz jest interesujący dla badanego?
  - Co można zmienić, według badanego, aby zachęcić młodych do odwiedzania portali chrześcijańskich?

Ankieta jest krótka, prosta. Dzięki niej otrzymano konkretne odpowiedzi, które prezentują się następująco: Grupa badawcza to w 80% młodzież w wieku 19–24. Większość mieszka w dużym mieście. Najczęściej korzystają z takich portali społecznościowych jak: Instagram (80%), Facebook (75%), YouTube (60%). 90% badanych trafia na treści chrześcijańskie w Internecie. Jeżeli chodzi o zainteresowanie ankietowanych tymi treściami, to 50% się nimi interesuje, a 50% nie.

Na pytanie o to, jaki chrześcijański przekaz jest dla ankietowanego interesujący, wymieniono kluczowe<sup>12</sup>:

- ♦ *Słowo skierowane do młodych ludzi;*
- ♦ *Oaza, Słowo Boże;*
- ♦ *chrześcijaństwo XXI wieku – nowe spojrzenie;*
- ♦ *Dotyczący powołania, życia osób wierzących, Pisma Świętego, świadectwa;*
- ♦ *Akcje charytatywne;*
- ♦ *prawdziwy;*
- ♦ *sms od Jezusa;*
- ♦ *Historia Ewangelii i świętych;*
- ♦ *Memy, filmiki na YouTube;*
- ♦ *Treści związane z moralami i dobrem człowieka;*
- ♦ *Cytaty, wątpliwości moralne.*

---

12 Poniżej zaprezentowane odpowiedzi są przedstawione w oryginalnym słownictwie, dlatego mogą zawierać błędy językowe lub stylistyczne.

Kolejne pytanie dotyczy tego, co można zmienić, żeby młodzi ludzie poczuli się zachęceni do odwiedzania portali chrześcijańskich. Odpowiedzi są następujące:

- *Techniczne aspekty realizowania materiałów;*
- *Tworzenie filmików, piosenek;*
- *Używać języka potocznego, prostego;*
- *Nowoczesny wygląd stron;*
- *Memy;*
- *Przemyśleć możliwości promowania się w mediach, poznać je;*
- *„Żeby osoby kościelne nie były „za bardzo młodzieżowe”, tylko normalnie się zachowywały.*

Inne sugestie:

- *Warto poznać zainteresowania swojej grupy docelowej;*
- *Promowanie stron, zaplanowany program różnych cykli wideo lub audio;*
- *Jak kościół się otworzy na młodych to zasięgi na pewno wzrosną;*
- *Portale chrześcijańskie w dużej mierze są zależne od podejścia ludzi do kościoła;*
- *Mniej korelacji z rządem;*
- *Zainteresowanie portalami nie zwiększy się, jeżeli młodzi ludzie nadal będą odchodzić z kościoła;*
- *Chyba warto zrozumieć młodych i pokazać im jak można żyć zgodnie z Bogiem, ale też bez staroświeckich przekonań.*

Interpretując badanie, warto zwrócić uwagę na priorytety młodych. Podejście do wiary i Kościoła zmienia się, dlatego badana grupa zaznacza, że chciałaby korzystać z przekazu chrześcijańskiego, ale w interesujący dla nich sposób, na przykład czytać cytaty, zadawać trudne pytania moralne, jednocześnie oczekując odpowiedzi na nie, oglądać memy, słuchać świadectw i czytać je. Młodzi potrzebują przewodnika, który wskaże im drogę w codzienności.

Dodatkowo młodzież chciałaby czuć, że Kościół zmienia się wraz ze zmianami pokoleniowymi. Dzisiejsza młodzież żyje w Internecie, stąd Kościół powinien nadążać za zmianami technologicznymi i otworzyć się na tę grupę

społeczną, publikując treści na portalach społecznościowych, ale też dostosowywać te treści we właściwy sposób – przejrzystość stron internetowych czy atrakcyjność treści na nich publikowanych.

Warto zauważyć, że w Internecie jest wielu księży, którzy są aktywni w mediach społecznościowych. Publikują treści przede wszystkim na Instagramie lub TikToku, by nadążyć za trendami i być zauważalnym dla młodzieży. Nie należy jednak przyjmować tego za wyznacznik, ponieważ w obecnych czasach trudno „wchodzi się” na rynek, gdzie występuje nadmiar informacji. Nieodłącznymi elementami strategii funkcjonowania w mediach są plan działania i harmonogram pracy. Nie należy zakładać, że nowo utworzone konto zostanie od razu zauważone, a liczba subskrybentów będzie stale rosła. Warto najpierw przeprowadzić badania na docelowej grupie badawczej, na przykład młodzieży, w wybranym zakresie wiekowym, następnie dokonać badania sondażowe lub za pomocą kwestionariusza ankiety, by poznać badanych i ich potrzeby, a dopiero później tworzyć teksty i szatę graficzną w mediach. Mimo że media działają szybko, proces tworzenia wizerunku trwa często miesiącami lub latami. Istotnym elementem wejścia na rynek medialny jest utrzymanie swojej pozycji w Sieci. Zdarza się, że jednorazowy film staje się hitem i wzrasta poziom trudności dla twórcy, by utrzymać zainteresowanie odbiorców.

## Podsumowanie

Podsumowując artykuł, warto przede wszystkim pogratulować zakonowi za ciągłą pracę nad mediami, nawet w czasie pandemii, gdy wiele portali wygasło na długie miesiące. Również dostrzeżono pozytyw różnorodności treści na portalach, takich jak Facebook czy YouTube, gdzie każdy odbiorca znajdzie tematy go interesujące. Widoczne jest również, że treści są przygotowywane specjalnie pod dane medium, a nie powielane na różnych portalach. Pozwala to właściwie funkcjonować w sferze medialnej. Co więcej, regularne cykle również zbliżają odbiorców do kanału, stąd pod tym względem jest to właściwe. Dostosowanie się do działania mediów w postaci używania *hashtagów* (#) jest elementem istotnym w funkcjonowaniu na portalach społecznościowych,

ponieważ stanowi podstawę do poszukiwania interesujących materiałów bez konieczności przewijania wielu stron.

W obecnych czasach przed Kościołem jest bardzo dużo pracy i wiele wyzwań, ponieważ społeczeństwo jest zróżnicowane, a dotarcie do docelowej grupy badawczej w Sieci jest bardzo trudne. Dlatego warto próbować podejmować dodatkowe kroki w tym kierunku i rozwijać działalność medialną w zakonach, tworzyć centra medialne, powoływać biura prasowe, organizować szkolenia z ekspertami w zakresie mediów i przede wszystkim słuchać głosu odbiorców oraz wiernych. Tylko taka zmiana pozwoli zrozumieć działanie mediów, zmiany, jakie w nich zachodzą, i reagować w kryzysowych momentach. Rozumienie mediów jest bardzo ważne, ponieważ stanowi podstawę do właściwego funkcjonowania w nich.

Przedstawione wyniki analizy, badania i sugestie mogą stać się pomocne w dostosowaniu treści do młodego pokolenia i ich oczekiwań, tak by wyjść im naprzeciw. Ważne jest, by treści nie były zmieniane pod widza, ale by były różnorodnie i ciekawie prezentowane, by to odbiorca je dostrzegł, oglądał i został z nimi na dłużej. Funkcjonowanie w mediach jest trudne, dlatego warto dobrze poznać tę sferę i stworzyć właściwe warunki do jej rozwoju.

## Abstract

The aim of the paper is to analyze the content of the available sources in the public domain of the Congregation of the Resurrection of Our Lord Jesus Christ Province of Poland. The analysis will allow us to present the activities of the Resurrectionists in contemporary culture, such as publishing online content on various Internet portals and to see the main values that have been guiding their Order over the years. The article will summarize all the activities and suggest possible media solutions, current for the contemporary culture of the Internet, taking into account one age group — youth.

Keywords: Church, new media, social media, YouTube

## Bibliografia


- Kościół CR » Kościół Zmartwychwstania Pańskiego, <https://www.kosciolcr.pl> (8.03.2022).
- Życie Zakonne – Serwis Informacyjny Konferencji Wyższych Przełożonych Zakonów Męskich w Polsce, <https://www.zyciezakonne.pl> (8.03.2022).
- Zgromadzenie Zmartwychwstania Pana Naszego Jezusa Chrystusa – Wikipedia, wolna encyklopedia, [https://wikipedia.org/wiki/Zgromadzenie\\_Zmartwychwstania\\_Pana\\_Naszego\\_Jezusa\\_Chrystusa](https://wikipedia.org/wiki/Zgromadzenie_Zmartwychwstania_Pana_Naszego_Jezusa_Chrystusa) (8.03.2022).
- Zgromadzenie Zmartwychwstania Pana Naszego Jezusa Chrystusa Prowincja Polska, <https://www.zmartwychwstancy.pl> (8.03.2022).
- Zmartwychwstańcy – YouTube, <https://www.youtube.com/channel/UCJ2I6APBL-1pIjUVCEpauCcw/featured> (8.03.2022).



Maciej Gawlik CR

 <https://orcid.org/0000-0001-7838-2694>

## Pamiętniki i dzienniki Zmartwychwstańców z II połowy XIX wieku

 <https://doi.org/10.15633/9788363241827.03>

Tworzenie pamiętników, tak jak cały obszar pamiętnikarstwa nastrocza sporo problemów definicyjnych<sup>1</sup>. Jednym ze sposobów prac nad takimi tekstami jest podejście metodyczne, które uwzględnia odpowiedź na pytanie — czym są pamiętniki i czemu służą? Trafna jest intuicja podpowiadająca, że pamiętnik to wypowiedź utrwalająca wydarzenia z życia jednostki i społeczeństwa. Jego funkcją są „ocalenie od zapomnienia” zapisanych wydarzeń oraz poznanie i próba zrozumienia sensu życia jednostki zanurzonej w życie danej epoki<sup>2</sup>. Do literatury memuarystycznej zaliczyć można między innymi pamiętniki z całego życia, wspomnienia, dzienniki i listy<sup>3</sup>.

- 1 J. Sztachelska zauważyła: „Przez pamiętnikarstwo na ogół rozumie się typ prozy dokumentarnej, który sytuuje się pomiędzy nauką (historia i historiografia), publicystyką i literaturą, i który ze względu na niefikcjonalność (lub fikcjonalność szczytkową) oraz funkcjonowanie w obrębie piśmiennictwa użytkowego (źródło do badań historii), tradycyjnie umieszcza się poza granicami literatury. Najczęściej ma on charakter epickiej narracji o faktach (zdarzeniach) ukazywany z perspektywy życia jednostki”. J. Sztachelska, *Pamiętnikarstwo. Z dziejów terminu i gatunku w XIX w.*, „Studia Podlaskie”, t. XXI (2013), s. 149.
- 2 J. M. Łukasik, *Pamiętniki. W kręgu zainteresowań polskich badaczy. Historia — tradycja — kontynuacja*, „Debata Edukacyjna” nr 5, 2012, s. 55.
- 3 R. Solis, *Problematyka kościelna w pamiętnikarstwie polskim XIX wieku*, Liber Duo, Lublin 2018, s. 13–14.

## Zgromadzenie dziejopisów

Członkowie Zgromadzenia Zmartwychwstania Pańskiego (Zmartwychwstańcy) — jak się okazuje — mają swój wkład w tę literaturę. Pisali dzienniki już od swego początku, o czym świadczy niezwykle różnorodny i zarazem szczerzy diariusz założyciela wspólnoty Bogdana Jańskiego (1807–1840), który udało się skompilować ponad dwadzieścia lat temu Andrzejowi Jastrzębskiemu<sup>4</sup>, a na którego tutaj ledwie wymienieniu — z racji zakresu czasowego niniejszego artykułu — należy poprzestać.

Pierwszym autorem piszącym w omawianym okresie II połowy XIX wieku, którego należy wymienić, jest bezpośredni następca Jańskiego na urzędzie przełożonego wspólnoty, o. Piotr Semenenko (1814–1886). Jego czterotomowe dzieło, obejmujące lata 1851–1886, poprzedzone jest mniejszymi dzienniczkami, które — niezbyt sumiennie i jakby przypadkowo — prowadził od roku 1837. Na tych kartach zawarł swoje przemyślenia, analizy, wizje, począwszy od czasów, kiedy był rezydentem w domu paryskim, przez czas rzymski, kiedy był magistrem nowicjatu, rektorem kleryków, konferencjonistą, filozofem, teologiem, publicystą, kierownikiem duchowym, konsultorem dwóch watykańskich kongregacji, podróżnikiem, gospodarzem na winnicy, aż po czasy przełożenia i ostatnią wyprawę do Paryża na kilka miesięcy przed śmiercią. Przez kartki jego *Dziennika* przewijają się setki ludzkich imion, złapanych i opisanych czasem jednym zdaniem, a czasem na kilku stronach. Nie ma on regularności — tak jak zmienia się człowiek, tak zmieniał się sposób zapisywania kolejnych kartek. Początkowo pełen opisów i długich opowieści o napotkanych ludziach, kontekstach, niewolny od dopowiedzeń i aluzji, ze szczególnym namaszczeniem opisujący dusze oddane Bogu. Jednak z czasem obowiązków o. Semenence przybywało, stąd i czasu do pisania było coraz mniej. Najczęściej zaczęły się pojawiać lakoniczne, konkretne wykazy wysłanych listów, nazwiska osób, z którymi się spotykał, wydarzenia, w których brał udział. Całość niewydanego dotąd *Dziennika* pokazuje nam tylko skromną część niezwykle

---

4 B. Jański, *Dziennik*, odczytał z autografu i opracował A. Jastrzębski, Rzym 2000.



bogatej osobowości autora, który nie widział większej potrzeby odkrywania jej przed potencjalnymi czytelnikami<sup>5</sup>.

Kolejna postać to o. Karol Grabowski (1836–1895). Urodzony w bliskim naszemu zgromadzeniu (poprzez osobę założyciela) Pułtusku, ksiądz archidiecezji warszawskiej, katecheta gimnazjalny w stolicy, więzień x Pawilonu Cytadeli, który znalazł się w zgromadzeniu po ucieczce z miejsca odosobnienia we Włocławku. Potem — mając ku temu stosowne talenty — został ekonomem Kolegium Polskiego, a po odejściu o. Pawlickiego do Krakowa — jego rektorem. Na koniec swego życia kierował rzymskim nowicjatem i paryską misją zgromadzenia. Prawie 350 stron gęsto zapisanych mało wyraźnym pismem w jednym dużym zeszytcie — oto powierzchowny opis jego pamiętnika. Co ciekawe, nie jest on ułożony chronologicznie. Wydarzenia z jednej „epoki” przeplatają się z obrazami pochodzącymi z całkiem innej. Przykład? Całość rozpoczyna opis aresztowania i więzienia warszawskiego — a był to rok 1867, sześć lat po święceniach ks. Grabowskiego. Czasy dzieciństwa i młodości są natomiast podane dopiero po tymże opisie<sup>6</sup>. Zdumiewa w tych zapisach znajomość detali, szczegółów, dialogów sprzed lat. Warto wydać te pamiętniki — ucieszą się z nich nie tylko historycy, pasjonaci, lecz także na przykład miłośnicy Pułtuska, Krakowa, Rzymu, czy też badacze dziejów Kolegium Polskiego, a nade wszystko zmartwychwstańcy. A wszystko napisane dobrym, choć często rozwlekłym stylem.

Jako następnego w tym szeregu postawić należy ks. Waleriana Przewłockiego (1828–1895), którego cztery zeszyty *Diariusza* z lat 1883–1894 kryją szafy Archiwum Generalnego Zmartwychwstańców w Rzymie<sup>7</sup>. Prostym językiem (gdybyż jeszcze pismo było wyraźniejsze!) skupiał się na zgromadzeniu, które ukochał, i ludziach, którzy je tworzyli. Stąd pełno w nim bieżących analiz,

- 5 Dziennik o. Piotra Semenki, choć doczekał się nawet konferencji naukowej, wciąż oczekuje na fachową i niezwykle żmudną edycję, związaną choć z ustaleniem tożsamości tysięcy osób w nim umieszczonych. Na razie istnieje jego wersja podstawowa (sam tekst zawarty w czterech tomach) w formie elektronicznej. Dzienniczki prowadzone przed 1851 rokiem są wyłącznie w rękopisie i także czekają na wydanie w rzymskim archiwum Zmartwychwstańców. *Wokół Dziennika o. Piotra Semenki*, pr. zb., Kraków 2014, s. 133–155.
- 6 ACRR 15458, K. Grabowski, *Pamiętnik*. Na szczęście klucz do odnalezienia się w tym labiryncie wydarzeń podany jest zaraz na początku przez o. Pawła Smolikowskiego, który na osobnej kartce nazwał poszczególne rozdziały.
- 7 ACRR 29642–29645, W. Przewłocki, *Diariusz*, t. 1–4.

prosty, „żołnierskich” porównań i ocen poszczególnych braci, najczęściej negatywnych. Nie sposób jednak odnieść wrażenia, że kochał nawet najbardziej niepokornych współbraci, gromionych wielokrotnie na kartach diariusza. Także osoby świeckie i duchowne spoza zgromadzenia tamże opisane tworzą sporą grupę, bo też rzeczywiście o. Walerian spotykał ich mnóstwo. Zacytujmy jego słowa zamieszczone na wewnętrznej stronie okładki pierwszego zeszytu: „Nie wolno czytać nikomu przed śmiercią piszącego. Po jego śmierci dla użytku, jeśli będzie jaki, Zgromadzenia”.

Pisanie o. Przewłocki rozpoczął od momentu swej nominacji na przełożonego misji bułgarskiej, kontynuował je jako generał zgromadzenia (był nim w latach 1887–1895), kończąc go szczęśliwie na kilka miesięcy przed swoją śmiercią<sup>8</sup>. Poprzez to *Diariusz* stał się świadkiem wielu wydarzeń na niwie kościelnej, społecznej, narodowej i misyjnej, zarówno w zniewolonym kraju, jak i poza jego granicami.

Trzeba dodać, że o. Walerian jest również autorem ciekawej i szczegółowej autobiografii, listów z podróży do Ameryki z 1890 roku (udało się je wydać drukiem), a także pamiętnika opisującego jego relację z siostrami Niepokalankami (w latach 1870–1874 był kapłanem ich klasztoru w Jazłowcu), a szczególnie z matką Marceлинą Darowską, gdzie również występują wątki autobiograficzne<sup>9</sup>.

Ojciec Przewłocki to zdecydowanie ciągle nieodkryty, a przecież czołowy dziejopis zgromadzenia.

Na równi z nim postawić należy innego, o. Stefana Pawlickiego (1839–1916), gdańszczanina z urodzenia, filologa, filozofa, krytyka teatralnego, wykładowcę, który prowadził swoje zapiski, z mniejszym lub większym staraniem i czę-

8 We wstępie do tomu pierwszego o. Walerian napisał inną pouczającą dygresję: „Dzieje moje do r. 1883 mam zamiar przy pomocy Bożej spisać w innej księdze. Wyjaśnią one może wiele spraw Zgromadzenia — a mogą być przy tym pouczające dla wszystkich. Wiele się bowiem widziało, podróżowało i z różnymi ludźmi miało do czynienia. Wszystko, aby było dla chwały Boga a zbawienia i uświęcenia naszego”. Zapowiadanego pamiętnika brak w rzymskim archiwum zgromadzenia — być może nigdy nawet nie powstał. Uzupełnieniem tego braku jest wspomniana niżej w tekście autobiografia. Dzięki niej całość życia o. Przewłockiego jest nam dziś dobrze znana.

9 W. Przewłocki, *Listy z podróży za-atlantyckiej*, Chicago 1891; ACRR 29638, *Pamiętnik o. Przewłockiego o Niepokalankach*; ACRR, b. sygn., W. Przewłocki, *Autobiografia*.

stotliwością, w latach 1859–1889<sup>10</sup>. Zaczął więc w swoich czasach studenckich, a zakończył w początkowych latach profesury na Uniwersytecie Jagiellońskim. Także u niego — niczym u o. Semenki — najpierw przeczytać można długie wywody, filozoficzne spekulacje, wylewne relacje z oglądanych wystaw i dzieł sztuki, gdy jeszcze był w „cywilnym” świecie. Potem przyszedł okres nowicjacji, który był znakiem jego wielkiej przemiany duchowej, której wstąpienie do nowicjatu było czytelnym znakiem. O swojej przemianie pisał długo i szczerze. Potem czytamy jego dzienniki pisane w pierwszych latach po święceniach, kiedy to rozpoczął pracę wychowawczą w Papieskim Kolegium Polskim, by po dziewięciu latach (w 1882 roku) przenieść się (i nas, czytelników) do Krakowa. Język, w którym powstały jego zapisy, uważać można za piękny, z pewnymi staropolskimi naleciałościami. Zwłaszcza dłuższe passusy czyta się wybornie<sup>11</sup>. Jest drogocenny, gdy chodzi o dzieje Kolegium Polskiego i krakowskiego uniwersytetu. Do tego o. Pawlicki dołożył jeszcze o wiele dłużej prowadzony (aż do 1914 roku) dziennik korespondencji, w którym zawarł nie tylko nazwiska adresatów i nadawców, lecz także skróty treści każdego z listów. Nadto pozostawił po sobie (w bodaj sześciu językach) mnóstwo notatek z przeczytanych książek i artykułów, wykazów bibliograficznych, ukazujących rozległość jego naukowych horyzontów, a nawet dzienniki pogodowe, o setkach listów już nie wspominając. Słowem — możemy o. Pawlickiego uważać za niezmordowanego w zapisywaniu i utrwalaniu rzeczywistości. I tutaj rodzi się wołanie o potrzebę wydania jego zapisków.

---

<sup>10</sup> Wszystkie jego dzienniki przechowywane są w Bibliotece Jagiellońskiej w Krakowie.

<sup>11</sup> Fragment dziennika nowicjusza Pawlickiego z 1868 roku: „Genzano, 1 września 1868 r. Jutro święto patrona mego węgierskiego Stefana. Obchodzę razem i urodziny i imieniny moje. Dzisiaj kończę dwudziesty dziewiąty rok życia i jutro rozpocznę trzydziesty. A to już strasznie wiele. Może to narzekanie wydać się dziwnym, może tchnąć jakimś znużeniem do życia, jakąś nieufnością do czasów, co przyjdą, bo już niby wzrok ulata tęskno w tył za tym co przeszło, co minęło na zawsze. A zwykle znużony, tylko tak zakłopotany o dalszą drogę wędrowiec ogląda się w tył, mierząc przebytą przestrzeń, póki zaś rzeźki i pełen nadziei kroczy naprzód, śmiało naprzód, nie dbając o to, co minęło. Cóż mu zresztą po nim, nic z niego nie wydobędzie, nie potrzebuje go zresztą, bo ma wszystko w sobie. Ale nie tak znużony! On wdycha smutno za przebytą krainą, bo pamięta tylko na chwile, gdy wśród niej odpoczywał, a zapomina o tych, wśród których się biedził i mozolił”. Bibl. Jagiell., sygn. 8505, *Dziennik Stefana Pawlickiego z czasu pobytu w Genzano i Rzymie od 1 września 1868 do 5 lutego 1869 r.*, k. 1.

Niepoślednią postacią w tym gronie jest o. Hieronim Kajsiewicz (1812–1873), który tuż przed swą przedwczesną śmiercią zdążył zebrać i wydać wszystkie swoje pisma. W trzecim ich tomie umieścił trzy dzienniki z różnych podróży, które miał okazję odbyć. Chronologicznie pierwszą była podróż do Adrianopola, którą odbył w 1862 roku. Wiedział wówczas, że zmartwychwstańcy obejmą niedługo miję wśród unickich Bułgarów – trzeba więc było, by wcześniej – jako przełożony generalny – dokonał swoistego „zwiadu” w tamtych stronach<sup>12</sup>. Trzy lata później Ojciec Generał wyruszył do Ameryki Północnej. Także z tej podróży, trwającej od maja 1865 do września 1866 roku, zachowało się dziesięć listów opisujących samą podróż, ludzi, obyczaje, odwiedzane miejscowości i stan misji, nie tylko zgromadzeniowych<sup>13</sup>. Kolejna podróż zaoceaniczna o. Hieronima (czerwiec–listopad 1871 roku) również została opisana w czterech listach<sup>14</sup>. Ciekawa, w świetnym stylu napisana, a zarazem pouczająca, jest to lektura szczególnie dla poznania parafii i ludzi, w których przyszło zmartwychwstańcom pracować. Do tych trzech dzienników podróży koniecznie dodać należy o. Kajsiewicza *Pamiętnik o zgromadzeniu*, czyli próbę syntezy pierwszych z górą trzydziestu lat wspólnoty założonej przez Bogdana Jańskiego<sup>15</sup>.

Skrupulatnym i niezwykle wytrwałym (być może najbardziej ze wszystkich tu wymienionych) dziennikarzem można nazwać o. Jana Czekaja (1872–1939), wychowawcę, misjonarza bułgarskiego, kustosa sanktuarium na Mentorelli.

12 H. Kajsiewicz, *Listy ze Wschodu*, w: *Pisma, Rozprawy, Pamiętnik o Zgromadzeniu*, Berlin-Kraków 1872, s. 110–165. List 1: Carogród, 27 VII 1862. List 2: Adrianopol, 16 VIII 1862. List 3: Carogród, 31 VIII 1862. List 4: Carogród-Bejrut 6–26 IX 1862, List 5: na Morzu Śródziemnym, 16–21 X 1862.

13 H. Kajsiewicz, *Listy za-atlantyckie*, w: *Pisma, Rozprawy, Pamiętnik o Zgromadzeniu*, Berlin-Kraków 1872, s. 166–323. List 1: Podróż z Rzymu do Quebec 7 V–28 VI 1865. List 2: z Quebec do St. Agatha of Vilmoth. List 3: Montreal, VIII–IX 1865. List 3: Montreal VIII–IX 1865. List 4: Nowy Jork, 18–30 X 1865. List 5: Nowy Jork-Rio de Janeiro, bd. List 6: Rio de Janeiro, 26 XI–24 XII 1865. List 7: [Rio de Janeiro], 20 I 1866. List 8: San Paulo, 14 III 1866. List 9: Itu, 19 III 1866. List 10: Civitavecchia, 1 IX 1866.

14 H. Kajsiewicz, *Listy za-atlantyckie*, w: *Pisma, Rozprawy, Pamiętnik o Zgromadzeniu*, Berlin-Kraków 1872, s. 324–401. List 1: Nowy Jork, 7 VI 1871. List 2: St. Mary's College, bd.; List 3, cz. 1: St. Mary's College, Kentucky, 15 IX 1871. Cz. 2, Chicago, 7 X 1871. List 4: Marsylia, 28 XI 1871.

15 H. Kajsiewicz, *Pamiętnik historyczny o zgromadzeniu XX. Zmartwychwstańców*, w: *Pisma, Rozprawy, listy z podróży, Pamiętnik o zgromadzeniu*, t. 3, Berlin-Kraków 1872, s. 402–527.

Swoje dzieło rozpoczął w 1897 roku (stąd jego obecność w tym opracowaniu), a ostatnie zdania w nim zamieścił w 1927 roku. Całość zmieściła się w dziewięciu zeszytach. W archiwum brakuje zapisów za lata 1916–1924<sup>16</sup>. Najbardziej znany jest zeszyt pierwszy, który obejmuje zapisy z lat 1897–1901<sup>17</sup>. Zawarte w nim są zapiski od czerwca 1897 do grudnia 1901 roku. W tym czasie przebywał on w seminarium rzymskim, przyjął święcenia kapłańskie, był socjuszem w nowicjacie w Krakowie i nauczycielem gimnazjum w bułgarskim Adrianopolu. Mimo pewnych braków chronologicznych autor szczegółowo opisał trzy i pół roku swojego życia. Nie dokonuje on jednak retrospektyw w swoim dziele, nie czyni głębszych analiz. Zajmują go konkretne wydarzenia i ludzie. *Dzienniczek* o. Czekaja prowadzi swoistą „kronikę hotelową”, skrupulatnie zapisując odjeżdżających, przyjeżdżających, a także powody ich przemieszczeń. Choć oczywiście nie brak spraw, nad którymi zatrzymuje się dłużej, jak choćby dłuższy opis imienin o. Bakanowskiego, treść konferencji generała o. Smolikowskiego czy też karygodne postępowanie względem ojców niektórych z naszych braci zakonnych. Konieczne warte drobnej choćby uwagi są pamiętniki ks. Leona Zbyszewskiego (1832–1907), który przebywał w zgromadzeniu Zmartwychwstańców w latach 1868–1890 i przeszedł do jego historii przede wszystkim jako magister nowicjatu, organizator i budowniczy klasztoru i kościoła przy ul. Łobzowskiej w Krakowie. Jego wspomnienia, zawarte w pięciu zeszytach, choć nieułożone chronologicznie, zachęcają do lektury wieloma ciekawymi refleksjami człowieka rozmiłowanego w sztuce, czytanego, wrażliwego na piękno, ale też doświadczającego — jak wspomniany wyżej Stefan Pawlicki — w dojrzałym wieku nawrócenia<sup>18</sup>. Wspomnienia

16 Zapisy z tych lat zostały zniszczone bądź zagubione, albo też o. Czekaja zaprzestał wówczas prowadzenia *Dzienniczka*.

17 W roku 1971 został on odczytany z rękopisu i przepisany na maszynie w seminarium Zmartwychwstańców przy ul. Łobzowskiej w Krakowie. Pracami kierował kl. Marian Piwko, odczytał i zindeksował tekst kl. Jan Stelmach. Wspomagali ich współbracia: Krzysztof Buda, Ryszard Dąbek, Włodzimierz Sobolewski i Andrzej Klimaszewski. Plany redaktorskie mówiły o przepisaniu jeszcze czterech zeszytów. Pozostała część *Dzienniczka* o. Czekaja — mimo planów sprzed pół wieku — pozostaje po dziś dzień w rękopisie.

18 Pisał o tym w ciekawy sposób: „Wtedy zacząłem ciężko Boga obrażać — a tak ciężko jak mało kto. Bo ani mi rozumu namiętności nie odbierały — ani wiara nie słabła, ani lekko-myślność nie wmawiała lekceważenia grzechu. [...] W kraju rodzinnym byłem jak Guliwer przykuty tysięcznymi więzami. Zawsze mawiałem później, że gdyby Chrystus sam ukazał

te wypełnia również bardzo krytyczna postawa ks. Zbyszewskiego względem o. Piotra Semenki i zgromadzenia, którym kierował.

Warty ze wszech miar polecenia jest dwuzeszytowy pamiętnik opisujący pobyt i prace autora na misji w Małko Tyrnowo w Bułgarii. Jest nim prawdopodobnie br. Ignacy Kurowiak, który znalazł się tam w roku 1887<sup>19</sup>. Tym więc ciekawsza jest lektura jego wspomnień, których mocnym punktem są charakterystyki narodów tam mieszkających, poszczególnych osób, ich obyczajów i kultury tamtego regionu<sup>20</sup>.

Praca wśród unitów bułgarskich doczekała się jeszcze jednego kronikarza. Sługa Boży o. Paweł Smolikowski był autorem wydanych drukiem w 1885 roku *Wspomnień misjonarza bułgarskiego*. Objęły one lata wojny rosyjsko-tureckiej (1877–1878). Warto sięgnąć do tego trzydziestostronicowego opracowania, ponieważ zawiera ono bezcenne wiadomości o atmosferze tamtych gorących czasów i bohaterkiej postawie zmartwychwstańców i unitów, którym służyli<sup>21</sup>. Pamiętnikarzy zmartwychwstańców w drugiej połowie wieku XIX było jeszcze więcej, by wymienić: kl. Eustachego Skrochowskiego, o. Pawła Scheppego i kl. Władysława Kwiatkowskiego (zdającego relację ze swej podróży morskiej z Ameryki do Europy). Pisali o ważnych i mniej ważnych rzeczach, rzadko wprost o sobie, długo i krótko, starannie i bez polotu, z pośpiechem. Nieco później, już w początkach XX wieku, opisywali codzienność i wspominali przeszłość o. Jan Giecewicz, o. Konstanty Czorba, abp Józef Weber, kl. Antoni Żera, o. Władysław Orpiszewski czy też — już po II wojnie świa-

---

mi się był na Ukrainie i kazał iść za Sobą — odkładałbym i odkładał, i w końcu nie poszedł. Pierwszym aktem Miłosierdzia Bożego musiało być bezpowrotne zerwanie tych więzów i wywiedzenie mnie z egipskiej atmosfery tamtejszego szlacheckiego życia”. ACRR 38760.1, L. Zbyszewski, *Pamiętnik*, rps.

- 19 Pamiętnik ten jest — niesłusznie — przypisany o. Łukaszowi Wronowskiemu, który nigdy nie pracował w Małko Tyrnowo. Na dodatek na początku tego tekstu autor napisał wstęp, który zawiera jedyny podpis autora, który może być odczytany jako „I. Kur.”. Tak samo o autorstwie br. Ignacego może świadczyć tekst z pamiętnika: „W R[oku] P[rańskim] 1887 będąc przeznaczonym od śp. O. Generała Przewłockiego na misję bułgarską...” — o. Wronowski na tejsze misji przebywał prawdopodobnie już od roku 1869, czyli od czasu zakończenia nowicjatu w Rzymie.
- 20 ACRR 34511–34512, I. Kurowiak, *Moje wspomnienia z misji bułgarskiej 1887–1898*, rps, k. nlb.
- 21 P. Smolikowski, *Wspomnienia misjonarza bułgarskiego z wojny rosyjsko-tureckiej 1877–1878*, Kraków 1885.

towej – o. Czesław Falkiewicz i o. Jan Reinke (oba te ostatnie umieszczone są w archiwum prowincji w Krakowie). Z nich wszystkich powstałaby niezwykle interesująca kolekcja. Warto przyjrzeć się jej drobnym fragmentom.

## Rozliczenie z przeszłością

Dwudziestodwujęcioletni nowicjusz Stefan Pawlicki, będąc na zupełnie nowej dla siebie drodze, czuł potrzebę rozliczenia się ze swoją przeszłością. W czasie pobytu w Genzano jesienią 1868 roku często się spowiadał. Dziennik, który wówczas prowadził, jest poruszającym obrazem nawracającego się człowieka, który dostrzega słabość swego dotychczasowego życia.

Modliłem się do Ciebie, abyś mi wyjawił całą nędzę moją, bez osłony, w ohydnej nagości swojej, i pokazałeś mi część tej nędzy, nędzę serca. Ale nie na tym koniec mojej obrzydliwości i nicestwa mego, bo nie cały jestem w sercu. Pokaż mi więc Boże dobrotliwy resztę mej nędzy. Bo nie cały jestem w sercu. Serce moje szuka pociech, powiedziałem już jakim sposobem i jakich rodzajów. Ale prócz serca mam rozum i wolę. Otóż jak serce potrzebuje i szuka pociechy, a zoczywszy od źródła wszelkiej pociechy, w braku żywej wody upaja się w błotnistym ścieku cudzołóstwa, tak i rozum nie mając w sobie przyczyny istnienia wychodzi z siebie i szuka znaczenia, chwały, wielkości. To jego prawo, to nakaz jego. Rozum powinien szukać chwały, ale jak serce zgubiwszy drogę do Pociechy Najwyższej, stracił i rozum z oczu Prawdę Najwyższą, Odwieczną Chwałę. Jak serce zbłąkane smętnymi krzepi się pociechami, nieczystym cudzołóstwem, tak rozum zwodzony karmi się złudnymi prawdami, fałszem i kłamstwem. Nieporządek w dziedzinie serca nazywa się cudzołóstwem, w dziedzinie rozumu kłamstwem. Kłamałem bezustannie, przy każdej sposobności, wszelkimi rodzajami<sup>22</sup>.

---

22 BJ 8505, Dziennik Stefana Pawlickiego w czasie pobytu w Genzano i Rzymie, k. 41–42.

## Przesłuchanie

Ksiądz Karol Grabowski, będąc więzionym przez siedem miesięcy (od stycznia do sierpnia 1867 roku) w x Pawilonie Cytadeli, podlegał przesłuchaniom śledczych rosyjskich. Jedno z nich zapamiętał szczególnie i opisał w swoim pamiętniku.

Do owego pułkownika, czyli trzeciego sędziego, wzywano mnie kilka razy z przerwami długimi bardzo. Pierwsza audyencja była bardzo bolesna, bo wymierzona przeciw prawdom religijnym. – Widzisz pan, mówił ten sędzia przebiegły, zając sobie karmelki, po co tu siedzieć i siedzieć, nie wiadomo jak długo. Przyrzeknij nam pan, że napiszesz przeciw dogmatowi Niepokalanego Poczęcia, bo to wszystko nowości niepotrzebne – a nuże lepiej przeciw nieomyłności papieża, czyli jak wy nazywacie Ojca Świętego, a będziesz zaraz uwolniony. Panu to łatwo pójdzie.

Co się ze mną wówczas działo! Usłyszawszy tak zdradziecką propozycję, tak cynicznie wygłoszą niby od niechcienia, przy smakowaniu słodczy. P. Bóg sam tylko widział moje serce zbolące, bólem śmiertelnym ściśnięte. I zaczął się pytać dalej: – co to jest Niepokalane Poczęcie. Mi na myśli stanęły sądy Herodowe, Kajfaszowe, Pilatowe i podczas nich pytanie: Co to jest prawda?, na które Zbawiciel nie odpowiedział. I o ile pamiętam, jam też zamilkł<sup>23</sup>.

## Zakłopotanie na okręcie

Ojciec Hieronim wyjechał w 1862 roku do Konstantynopola, by przygotować i rozeznac grunt dla misjonarzy zmartwychwstańców, którzy mieli tam przybyć w następnym roku. Na statku nie zawsze było mu radośnie.

18 [VII 1862 r.] w niedzielę przebudziłem się ze mgłą, ale przy pogodzie. Mgławo i mnie było w duszy, że w niedzielę bez Mszy być trzeba. Gdy to pisał steward (służący okrętowy) położył na stole kilka Biblii i na miejscu talerzy książki protestanckie do modlitwy: Songs of praise and prayer, compiled especially for the use of sailors. Na głos dzwonka

23 ACRR 15458, K. Grabowski, *Pamiętnik*, k. 4–5.



zeszli się pobożni anglikańscy do sali, a jam musiał zrejterować do kabiny jako innowierca. Słyszałem jak zaśpiewali psalm (100), potem czytano modlitwy, a zapewne i ustęp z Biblii, i zakończono znowu krótkim psalmem. Celebrował w braku ministra kapitan okrętowy, jakkolwiek sam metodysta. Choć to nabożeństwo kuse i po ukazie, smutno jednak pomyśleć, że kompanie podobne w krajach katolickich nie myślą ogólnie o tym, aby na okrętach służba Boża była święcona. Może i dlatego, że we wszystkich przedsiębiorstwach przemysłowych na lądzie stałym wpływ przeważnie powszechnie w rękę Żydów. W Anglii jakkolwiek tak kupieckiej, w niedzielę mniej pociągów niż w dni powszednie jeździ po drogach żelaznych, a w godziny poświęcone na nabożeństwo z rana i po obiedzie nie ruszają z miejsc, bo Anglia jakkolwiek protestancka, stoi jeszcze na podstawie chrześcijańskiej [...]. Podczas gdy te uwagi czynił, przybiegł poczciwy Irlandczyk (jest ich kilku na statku, jak wspominałem, a są niemówiący po angielsku, tylko po starogalikańsku), przybiegł pytając, czy nie będzie Mszy świętej? Musiałem z żalem odpowiedzieć, że nie, choć kapitan nie byłby miał nic przeciwko temu, ale nie jadąc do niewiernych nie zaopatrzyłem się w podrózną kaplicę, i nie byłoby zresztą komu przytrzymać kielicha<sup>24</sup>.

## Towarzystwo

Inna podróż o. Kajsiewicza, do Nowego Jorku, obfitowała w różne spostrzeżenia, którymi podzielił się z czytelnikami swojej podróźnej kroniki. Nielatwo mu było na przykład zaakceptować obyczaje amerykańskie.

„La Gascogne”<sup>25</sup> jest jednym z największych statków kompanii transatlantycznej. Wielki rzeczywiście i wspaniale urządzony statek. Posiada 250 ludzi załogi, a może pomieścić 1500 pasażerów. Tym razem było wszystkich do 800. Sześćset emigrantów Hiszpanów i Szwajcarów, zresztą przeważnie Amerykanie. Pod względem towarzyskim wielka mieszanina. Jakaś np. miss zasiada do fortepianu i z najzimniejszą krwią zaczyna walić nie-milosiernie po rozstrojonym i tak już klawicymbale, z czego wychodzi naprawdę jakaś

24 Kajsiewicz H., *Listy ze Wschodu*, w: *Pisma*, t. 3, Berlin-Kraków 1872, s. 181–182.

25 Statek „La Gascogne” pływał między Le Havre a Nowym Jorkiem w latach 1886–1912. Należał wówczas do Compagnie Generale Transatlantique. Zdemontowany w 1919 roku. Długość: 150 metrów, nośność: 2969 ton, całkowity tonaż: 6754 tony, moc silnika: 9000 kM, prędkość maksymalna: 17,5 węzła (około 32 km/h).

muzyka przeszłości, w porównaniu, nasze „wlaź kotek na płotek”, mogłoby uchodzić za *capo d'opera*. Następnie jakiś gentleman znad Hudsonu, teźe samej co pianistka szkoły, zapożyczonym od Edisona głosem, począł wywodzić swe trele, którym by końca nie było, gdyby nie zadzwoniono na herbatę. Wiele rzeczy może być dobrych w Ameryce, dużo się od nich nawet nauczyć można, nie wątpię, ale wyznać trzeba, że nie mają zmysłu artystycznego. Pomimo najlepszej woli, wysiłków i nieżałowania pieniędzy, nie mogli oni dotąd ująć ogólnego diapazonu<sup>26</sup> piękna i harmonii. Najwyraźniej jakby na to nie mieli zmysłu<sup>27</sup>.

## Cesarzowa i cesarz

W jednym z listów, pisanych już z Rio de Janeiro, o. Kajsiewicz opisał swoje spotkanie z cesarzem Brazylii Pedro (Piotrem) II i jego żoną Teresa Burbońską, które odbyło się w ich rezydencji w Rio de Janeiro 14 grudnia 1865 roku. Miał nadzieję, że łaska (i kieszeń) cesarska wesprze dzieło Kolegium Polskiego w Rzymie. Rozmowa z cesarzem okazała się nieoczekiwanie ciekawa.

Mając tedy pozwolenie od władzy duchownej, wypadało jeszcze pokłonić się władzy świeckiej. Wraz nazajutrz (14 z rana) udałem się z listem polecający do szambelana od służby, prosząca o posłuchanie u cesarstwa, mieszkających obecnie w pałacyku San Christovaco [św. Krzysztofa] za miastem. Było to z rana po 9, jeszcze byli przy śniadaniu. [...] Dowiedziałem się od pana szambelana, że cesarz jegomość zajęty ekspozycją pilnej depeszy i że po chwili skończy. Jako o 10 nadszedł. Opowiedziałem mu dokładniej niż cesarzowej cel mojej podróży i pokazałem cyrkularz wikariusza kapitularnego, który przejrzał; wszakże nie mówił o przedmiocie mi wskazanym. Natomiast odezwał się: „Widzę mości księżę, żeś służył w wojsku”. Musiałem mu opowiedzieć w jakim korpucie, gdzie i jak zostałem rannym. Spytał potem czym wiele podróżował. Odpowiedziałem, że znam całą prawie Europę, Północną Amerykę i że byłem na Wschodzie, posłany przez Ojca św. dla zbadania ruchu bułgarskiego. „A cóż się dzieje z Bułgarami; bo od dawna już nic o nich w dziennikach nie spotykam”; i rozpytywał się szczegółowo o ich język,

26 Diapazon – skala dźwięku instrumentu bądź głosu śpiewaka.

27 W. Przewłocki, *Listy za-atlantyckie*, Chicago 1891, s. 10–11.

stan społeczny itd., potem przeszedł do Polski, pytał o stanie duchowieństwa, o stopniu oświaty, rolnictwa, przemysłu, górnictwa w rozmaitych częściach Polski; wiedział o Mickiewiczu i Krasińskim; mówił o naszej dawnej Konstytucji, o powodach upadku Polski etc. Parę razy pozwoliłem sobie zaprotestować, że w niektórych rzeczach był pod wpływem pism nam nieprzychylnych; pytał dalej o ostatnim powstaniu, co je wywołało, ubolewał że wybuchło. Trwało to dobrą godzinę, nareszcie przystąpił do rzeczy i spytał: „Powiedźże mi mój księżę, jaki właściwie cel twej podróży?”<sup>28</sup>

## Pikantne oceny

Lektura czterech tomów diariusza o. Waleriana Przewłockiego może wzbudzić sprzeciw i protesty, a szczególnie kontrowersyjne charakterystyki poszczególnych osób, także biskupów, których autor nam nie szczędzi, a które dalekie są nieraz od obrazu, jaki nosimy o nich — ostre, szorstkie, niczym mel-dunki szefa pułku do generała (może dlatego to jego dzieło leży w zapomnieniu i mało gdzie, o ile w ogóle, jest cytowane). A z drugiej strony ten dziennik to skarbnica wiadomości o zgromadzeniu i Kościele lat 80. i 90. XIX wieku. Wypada tylko przypomnieć, że możliwość subiektywizmu w ocenach ludzkich zachowań i postaw także tyczy o. Waleriana. Pamiętając o tym, prześledźmy parę jego zapisów z tomu drugiego, a więc z czasu, kiedy uczył się bycia generałem zgromadzenia.

8 X [1887]. Z bp. krak. mówiłem o zamiarze o. Stefana powrotu do Rzymu — zdawał mi się być jakby zadowolony z tego. Dziwny to także człowiek, słaby, zdaje się powodować łatwo i często przysparza sobie trudności — i teraz podał przez rząd o zniesienie 4-ch kanonii uniwersyteckich. Ci protestują — i znowu będzie proces.

Listopad 1887. Coraz więcej przekonuję się, że ks. kard. Ledóchowski nie lubi zgromadzenia. Politykuje, a że jest jak stara panna to często pokazuje swe grymasy. Pragnąłby, żebyśmy opuścili Kolegium Greckie. Popiera suspendowanego księdza Barszcza nazwiskiem, a tu przeciw misjom amerykańskim intryguje, a więc przeciw nam i popiera go

z gościem. Kto go zrozumieć może – tyle lichoty na tak wielkim stanowisku? Miserere nostri Domine, miserere nostri.

Marzec [1888]. Przybył o. Stefan Pawlicki z Krakowa z młodzieżą. Zawsze ten sam. Zakonnik zwietrzały, a zdaje się, że takim był zawsze. Człowiek dobry, filozof i Niemiec. Czerwiec [1888]. Paryż. O. Władysław Witkowski zdaje się najserdeczniejszy, najpokorniejszy. Nieba by przychylił, jednakże czuć że żyje tylko dla siebie, rozpasany bez granic. Narzeka na brak pieniędzy, a wydaje bez miary. Obawiam się, aby go nie przenieść gdzie indziej<sup>29</sup>.

## Święty ze szkaplerzami

Ojciec Jan Czekaj, podówczas młody wychowawca, socjusz nowicjatu na Łobzowskiej, miał ten przywilej życia w czasach, które same w sobie były ciekawe. Uczestniczył osobiście między innymi w odsłonięciu pomnika Adama Mickiewicza na krakowskim Rynku Głównym. Miał jednak też okazję gościć o. Rafała Kalinowskiego, dziś świętego karmelitę bosego, który pewnego dnia odwiedził nowicjuszy na Łobzowskiej. Nie mógł nie zapisać tego spotkania w swoim dzienniczku:

13 lipca [1898]. O godzinie piątej po południu przyszedł do nas ojciec Rafał Kalinowski, Karmelita bosy, który obecnie w Krakowie bawi, aby włożyć braciom nowicjuszom szkaplerz karmelitański. Wielkie to było dlań szczęście i radość, iż prawie wszyscy, z wyjątkiem trzech, stało się uczestnikami tak wielkiej łaski. A nadto i za zaszczyt sobie to wielki uważali, iż tak znakomity człowiek, a bardziej jeszcze świątobliwością życia się odznaczający, włożył na nich szkaplerz Matki Boskiej karmelitańskiej. [...] Chodząc co dzień przez tydzień ze Mszą do Karmelitanek, razu jednego spotkałem się z o. Kalinowskim przy śniadaniu i nie zaniechałem o to go prosić. On mile tę prośbę przyjął, a nawet więcej okazał nam życzliwości, bo się sam ofiarował przyjść do nas, za co wszyscy czuliśmy dlań niewymowną wdzięczność, i dlatego każdy z braci nowicjuszów pragnął osobiście podziękować za tę łaskę, co ja mu oświadczyłem. Lecz on, prawdziwie święty człowiek, był tym bardzo upokorzony i zmieszany, mówiąc, iż sam poczytuje sobie za wielkie szczęś-

29 ACRR 29643, Przewłocki W., *Dziennik*, t. 2, k. 24, 26, 33, 38.

cie i łaskę od Boga, że stał się narzędziem w rękę Boga do rozszerzenia większej chwały Bożej na ziemi. Jeszcze nadmienię, iż włożywszy szkaplerz na braci miał krótką do nich przemowę. Ta ceremonia, na którą zebrali się wszyscy bracia, odbyła się w kaplicy, przed ołtarzem Matki Boskiej naszej, cuda działającej<sup>30</sup>.

## Piesze wycieczki: Mogiła i Tyniec

Nowicjusze, jak wiadomo, nie mają zbyt wielu okazji do wycieczek i przebywania poza miejscem zamieszkania. Tym bardziej cieszyły ich wycieczki, które mogli odbyć ze swoimi wychowawcami. O dwóch z nich informuje dzienniczek o. Czekaja.

30 czerwca [1898]. Zrobiliśmy wycieczkę na cały dzień do Mogiły. Dzień był bardzo ładny, bo trochę chłodny, co na przechadzce jest pożądane. Ponieważ mieliśmy obok Wisłę, więc kto chciał to mógł się kąpać, a było wielu ochotników do kąpeli. Idąc z powrotem odmawialiśmy sobie różaniec i litanie, gdyż na nabożeństwo wieczorne nie mieliśmy zamiaru zdążyć. Na tej przechadzce byli także ojcowie: Władysław Zapala i Ignacy Witkowski<sup>31</sup>.

1 sierpnia [1898]. Wycieczka do Tyńca. Wszyscy znowu wyszliśmy, tylko brat Szymon pozostał, aby pilnować domu, a głównie być przy robotnikach, którzy kończyli roboty. Mieliśmy kąpiel w Wiśle. Godne wzmianki, com usłyszał od jeden biednego człowieka, który prosił o jałmużnę, gdy powracał. Uzyskiwał on na obecną biedę i wzdychał za jakimś zgromadzeniem zakonnym w Tyńcu mówiąc: oby to jacyś ojcowie do Tyńca się wprowadzili. Gdy byli Jezuici, jakże było dobrze (po Benedyktynach Jezuici byli tam ostatnimi laty): człowiek nie cierpiał biedy. Przed opuszczeniem Tyńca poszliśmy wszyscy powtórnie do kościoła i zaśpiewaliśmy przy organie kilka motetów i dwie litanie do Matki Boskiej. Ponieważ bez pozwolenia tutejszego księdza proboszcza<sup>32</sup> nie mogliśmy dostać się na chór, przeto poszliśmy go o to poprosić. Lecz on sam był łaskaw pofatygować

30 J. Czekaj, *Dzienniczek*, z. 1, k. 62–63.

31 J. Czekaj, *Dzienniczek*, z. 1, k. 57.

32 Ks. Jan Stachowicz (1849–1909), wikariusz u św. Floriana w Krakowie, proboszcz tyniecki od 1893 roku, troszczył się o 3000 parafian z Tyńca, Skotnik, Kostrza i Bodzowa.

się do kościoła i otworzyć nam drzwi kościoła i od chóru. Parafianie bardzo cenią tego proboszcza<sup>33</sup>.

## Pierwsze wrażenie — Nowy Jork

Ojciec Przewłocki niejedno widział na tym świecie, ale w Ameryce nie był. Pojechał do niej dopiero w 1890 roku, gdy miał już 62 lata. Ciekawe były jego pierwsze wrażenia, w których można zauważyć nieufność wobec galopującej wówczas industrializacji:

Pierwsze wrażenie, jakie na mnie zrobił New York, wcale było niekorzystne. Przede wszystkim bruk fatalny, mógłby się tylko porównać z adrianopolskim, na którym nie-rzadko można dostać choroby morskiej. Pod względem czystości, nie tylko, że wiele pozostawia New York do życzenia, ale prawdziwie nie do zrozumienia, taki zupełny jej brak. Ulice niezamiatane, a przed każdym domem, z wyjątkiem Broadway, stoją obrzydliwie jakieś naczynia, w które z domu wynoszą wszelkiego rodzaju śmiecia i brudy. Nie wiem kiedy i kto te plugastwa zabiera, w każdej bowiem porze dnia zawsze je widziałem, a gdy słońce dopiecze, a piecze niezmiernie, co za fetory z tych beczek wychodzą! [...] Szczęściem, że wszystko to w półcieniu, bo nad miastem kolej nadpowietrzna zaciemnia ulice i nie dopuszcza słońca; błoto też tu wieczne<sup>34</sup>.

## Pierwsze wrażenie — Chicago

Gdy Ojciec General przybył, w czasie tej samej wizytacji w 1890 roku, do Chicago, niewiele mógł opisać z tego, co zobaczył. Powód tego stanu rzeczy był niespodziewany.

33 J. Czekaj, *Dzienniczek*, z. 1, k. 66–67.

34 W. Przewłocki W., *Listy...*, s. 14–15.

Dzięki Bogu dojechaliśmy szczęśliwie i o 7 po południu stanęliśmy w Chicago, gdzie kochani ojcowie już na mnie na stacji oczekiwali. Nie będę Ci opisywać, mój drogi Ojcze, mego pierwszego wrażenia. Niewiele, bo niewiele widziałem. Mgła i dym wszystko pochłaniają. Jak w New Yorku maszty i parowce, tak tu kominy fabryk, chociaż i masztów i parowców nie brakuje. Ale kominy te, ziejące dzień i noc czarnym gęstym dymem, a jest ich legiony legionów, nie tylko, że wszystko zasłaniają i zaciemniają, ale ciebie samego krztuszą i wędzą. Przybyłem więc tak na wpół odymiony do naszej parafii św. Stanisława Kostki. Jest to w swoim rodzaju olbrzym, również ze swoim olbrzymim kominem od kaloryfera, a pod oknami tuż kolej żelazna. Co 10 minut najmniej, przez całe 24 godzin pociągi przejeżdżają, a dym lokomotyw wprost przez okna i drzwi wchodzi do mieszkania. Nie ma rady, trzeba się ratować klasycznym włoskiem pazienca<sup>35</sup>.

## Czas na podsumowania – aktualności w pigułce

Zwyczajem o. Przewłockiego było umieszczanie w dzienniku podsumowań pod koniec każdego z opisywanych lat. Owe syntezy, pisane prostym, komunikatywnym językiem, malują nam obraz nie tylko zgromadzenia, ale pokazują osobę generała, który w nieco zakamufLOWANY sposób odkrywał w nich swoje prawdziwe wnętrze. Generał więc skrupulatnie wówczas zanotował:

Cierpię mocno na gardło. Zdaje się wszakże, że się polepsza. Godzi się oskarżyć, że dość leniwy jestem – że nawet tę kronikę bardzo pospiesznie spisuję. Starość ubezwładnia już, a i duch nie tak skory. Ciężko często w modlitwie. A medytacja jak zawsze bardzo licha. Rok dzięki Bogu kończymy dość szczęśliwie. Nie ma jak tylko dziękować Panu Bogu za dobrodziejstwa zgromadzeniu wyświadczone. Przeszliśmy wielki kryzys. Wszystko jednakże z łaską boską ustaliło się i uspokoiło. Ameryka zaczyna przychodzić do porządku, organizować, choć jeszcze dużo do tego potrzeba czasu. Chicago pomaga znacznie domowi, w Kanadzie duch lepszy i kolegium się powiększa St. Mary's. Może się da odstąpić bez straty. Bułgaria dzięki Bogu ustalona i idzie już w porządku. Lwów prawdziwą jest pociechą. Poczciwi ojcowie [...]. Jeden Kraków daje jeszcze dużo do życzenia, nie ma tam żadnej siły dodatniej, a poczciwi o. Leon ciągle w przekonaniu, że jemu się general-

35 W. Przewłocki W., *Listy...*, s. 42–43.

stwo należało. W Rzymie w domu dzięki Bogu dobrze, trzeba będzie alumnat oczyścić z żywiołów niepowołanych. O. Tomasz dosyć czuwa teraz nad nowicjatem. O. Antoni w Kolegium Greckim [...] spokojnie rzecz prowadzi, żeby go Nazaretanki mniej zajmowały to jeszcze by było lepiej. W Kolegium Polskim tego roku nierównie lepiej. O. Karol również pretendent do generalstwa, zaczyna godzić się z Iosem. Jest on bądź co bądź człowiek kościelny, czego o. Leon nie ma. Na Mentorellę, da Pan Bóg, dam o. Walentego, jak skoro zakończy tylko sprawę swoją z wojskiem. O Paryżu już pisałem. Na braciszków więcej się zważa i staram się, aby odpowiednie dostali wychowanie duchowne, dotąd bardzo u nas zaniedbane. Stan finansowy dzięki Bogu niezły, lokalnych długów żadnych. Jest pewien zapasik gotówki i do 150 000 lir. w papierach.

Za wszystko niech będzie Bogu chwała! A cześć i pamięć dla dobrodziejów naszych, na czele których kładę Ojca św. Leona XIII, panią hr. Julię Pusłowską z Krakowa i hr. Przeździecką z domu Tyzenhauz<sup>36</sup>.

Trzeba pamiętać o swoich dobroczyńcach, choćby na końcu wymieniając ich imiona, dzięki czemu ich dobro świeci po latach także czytelnikom tego diariusza. Podobne, choć bardziej duchowe podsumowania czynił – między innymi z racji swoich urodzin – o. Piotr Semenenko. W jednym z nich zapisał:

[Sobota], 29 VI 1861, św. Piotra i Pawła

Kończąc dzisiaj 47 rok nędznego żywota mego. Jezu jedyny, bądź mi miłościw, i niech od dzisiaj przynajmniej już zacznę Cię kochać, ale tak kochać, jakem Cię prosił, żeby między nami żadnej różnicy nie było, żebyś Ty był wszystkim, już nie ja, ale Ty żebyś był! Amen, Amen!<sup>37</sup>

Niech to będzie zakończenie również tego szkicu. A także delikatna próba zwrócenia uwagi na różnorodność i ważność literatury pamiętnikarskiej w zgromadzeniu Zmartwychwstańców II połowy XIX wieku.

36 ACRR 29643, W. Przewłocki, *Dziennik*, t. 2, k. 25–26.

37 ACRR 5166/63, P. Semenenko, *Dziennik*, t. 2, k. 173.



## Aneks

### **PAMIĘTNIKI I DZIENNIKI W ARCH. RZYMSKIM (wybór rękopisów)**

- ACRR 11872 — Wspomnienia o. Konstantego Czorby
- ACRR b. sygn. — Dziennik o. Jana Giecewicza (1900–1902)
- ACRR 14166–14169 — Diariusz o. Edwarda Głowackiego (od 1876)
- ACRR 15458 — Pamiętnik o. Karola Grabowskiego (1867–1890)
- ACRR 17136 — Diariusz generalski o. Michała Jagłowicza (1938)
- ACRR 22399 — Historia powstania domu lwowskiego (1880–1882) o. Waleriana Kalinki
- ACRR 22516 — Dziennik korespondencji domu rzymskiego prowadzony przez br. Waleriana Kalinkę (1870–1871)
- ACRR 23179–23191 — Dziennik o. Salvatore Baccarini (1913–1961)
- ACRR 23910–23912 — Diariusz o. Szymona Kobrzyńskiego (1900–1902)
- ACRR 24094–24095 — Dziennik podróży br. Władysława Kwiatkowskiego (1897–1898)
- ACRR 25615–25616.202–211.225–235 — Dziennik generała o. Johna Mixa (1947–1959, 1966–1974)
- ACRR 26135 — Kalendarium życia o. Wincentego Moszyńskiego (1876–1918)
- ACRR 28047 — Dziennik o. Pawła Scheppego (1898–1899)
- ACRR 29638 — Pamiętnik o. Waleriana Przewłockiego z pracy u Niepokalanek (1869–1874)
- ACRR 29642–29645 — Diariusz o. Waleriana Przewłockiego w IV tomach (1883–1894)
- ACRR 31642.2b — Kronika domu lwowskiego o. Pawła Smolikowskiego (t. 3: 1887–1888)
- ACRR 34511–34512 — Wspomnienia z misji bułgarskiej br. Ignacego Kurowiaka (1887–1898)
- ACRR 34929 — Pamiętnik br. Stefana Bakanowskiego (1856–1884)
- ACRR 36691–36691.1 — Dziennik br. Eustachego Skrochowskiego (1871)
- ACRR 38760.1–2.3–5 — Pamiętnik o. Leona Zbyszewskiego

## Abstract

The Congregation of the Resurrection of Our Lord, founded in Paris in 1836 by Bogdan Janski, from the very beginning had among its ranks people who used the pen to describe the reality that they and the Congregation lived through, to mention only its Founders: Bogdan Janski, Piotr Semenko and Hieronim Kajsiewicz. Their memoirs, diaries and recollections enrich and broaden knowledge, both of the fate of the individuals and of the Congregation and the Church, which the authors of the memoirs served in different fields and dimensions. The first part of the article deals with the presentation of the authors and their works, written throughout the second half of the 19th century. The second part includes excerpts from their works, which sometimes stand at a high literary level and testify to the great erudition of the authors. The appendix provides a list of selected publications of memoir literature held in the General Archives of the Resurrectionists in Rome.


Keywords: General Archives, memories, Resurrectionists, Rome

**Marcin Ciechanowski** OSPPE

Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie

 <https://orcid.org/0000-0003-4874-7464>

# **Rola radia jako medium ewangelizacyjnego. Współczesne formy i narzędzia oddziaływania w mediach**

 <https://doi.org/10.15633/9788363241827.04>

## **Ewangelizacja w nowych czasach z wykorzystaniem różnych środków przekazu**

Cywilizację medialną tworzą ludzie, którzy mają wpływ na tworzenie się samych mediów i treści medialnych, ale — co jest rzadziej przedmiotem refleksji medioznawców — jest ona także współtworzona przez samych odbiorców. Można powiedzieć, że o jakości (w tym podejmowanych treściach i formie przekazów) współdecydują grupy odbiorcze, ponieważ to od nich swoje podejście uzależniają nadawcy. Nie jest to oczywiście model pożądaný, ale algorytmy oraz wymagania związane z medialnym marketingiem powodują, że znaczna część treści medialnych jest tworzona „pod zamówienie” wydawców albo też są to treści „na żądanie” poprzedzone badaniami preferencji tychże odbiorców i użytkowników mediów. Wśród licznych zagrożeń medialnych to wydaje się jednym z najważniejszych, ponieważ może wpływać na spadek niezależności dziennikarzy, ograniczenia w zakresie wolności zawodowej, a nawet wypaczać zasadniczy cel mediów, jakim jest dostarczanie informacji i pomoc

w budowaniu opinii i świadomości społecznej, na rzecz traktowania mediów jako sposobu wzbogacania się, kreowania ideologii czy też partykularnych interesów niektórych grup wpływu. Potrzeba rzetelności w przekazywaniu informacji jest treścią namysłu medioznawców. Cymanow-Sosin, analizując literaturę przedmiotu<sup>1</sup>, przywołuje tak zwane pięć przykazań treści informacyjnych, pisząc: „Można wyróżnić szeroką gamę cech charakteryzujących informację, wśród których znajdują się: dostępność, aktualność, rzetelność, kompletność, porównywalność, jednoznaczność, przetwarzalność, szczegółowość, adresowalność, użyteczność, priorytetowość, wartość, poufność czy klarowność. Wśród funkcjonujących w środowisku dziennikarskim tzw. pięciu przykazań treści informacyjnych, znajdują się najważniejsze z nich, tj.:

- Wierność, czyli odzwierciedlenie rzeczywistego stanu rzeczy.
- Szczegółowość, tj. konkretność przytaczanych informacji i ich precyzowanie.
- Zwięzłość, czyli przekaz najistotniejszych danych, wybór trafnych i wystarczających do opisu zdarzeń.
- Szybkość reagowania, tj. aktualność informacji.
- Zrozumiałość, a zatem przystosowanie informacji do zdolności percepcyjnych odbiorcy”<sup>2</sup>. Niezależnie jednak od teoretycznych założeń i powinności, rzeczywistość medialna pozostaje niekiedy rzeczywistością przedstawianą w krzywym zwierciadle.

Ten krytyczny obraz wskazujący na zagrożenia, przed jakimi stoją współczesne media, odnosi się przede wszystkim do ich zakresu społecznego i ich dostrzeżenie nie przeczy istnieniu szeregu możliwości i silnych stron współczesnych mediów. Można w nich dostrzec ogromny potencjał, w tym potencjał dobra, rozumianego jako troska o ochronę człowieka i wyznawanych przez niego wartości. Wśród tych wartości mieszczą się – w obrębie cywilizacji i kultury chrześcijańskiej – te, które związane są z życiem duchowym.

Z pewnością polem, na jakim ten aspekt uwidacznia się nade wszystko, jest pole ewangelizacji, w jakiej biorą udział liczne media, w tym analizowane me-

1 Por. J. A. Senn, *Information Systems in Managment*, Wadsworth CA 1990, s. 69.

2 K. Cymanow-Sosin, *Radio Kraków jako medium cieszące się dużym zaufaniem społecznym – analiza serwisów informacyjnych*, „Studia Socialia Cracoviensia” 9 (2017) nr 2 (17), s. 53–72.

dium radiowe. Mimo dostrzegalnych niebezpieczeństw, wśród których Papieska Rada ds. Środków Społecznego Przekazu<sup>3</sup> dostrzegła niebezpieczeństwa związane z „ignorowaniem lub marginalizowaniem poglądów i przeżyć religijnych; traktowaniem religii z nieporozumieniem, czasami nawet z pogardą, jako ciekawostki, która nie zasługuje na poważną uwagę; popieranie mód religijnych kosztem tradycyjnej wiary, traktowanie grup religijnych z wrogością, osadzanie religii i przeżycia religijnego raczej według gustów laickich, aniżeli innych; próba uwięzienia transcendencji w granicach racjonalizmu i sceptycyzmu. Dzisiejsze media często odzwierciedlają postnowożytny stan ducha ludzkiego, który zamyka się w sobie *w granicach własnej immanencji, bez żadnego odniesienia do transcendencji*”<sup>4</sup>.

Skala zagrożeń, które wynikają z celowego pomijania bądź ignorancji względem sfery życia duchowego i religijnego, jest znacznie dłuższa, ale w dokumencie tym zostały zakreślone najważniejsze z pól, jakie powodują, że misja ewangelizacyjna w mediach jest strefą, o którą warto się szczególnie zatroszczyć.

Każdy chrześcijanin, przede wszystkim zaś medialny ewangelizator, jest człowiekiem nadziei. Sfera mediów nie może być więc postrzegana jako miejsce, w którym głosiciel Dobrej Nowiny jest bezsilny. Wręcz przeciwnie, działalność we współczesnej, zdominowanej przez media epoce winna być nabudowana na fakcie, że media są jednym z najważniejszych pól naszego egzystowania w tym świecie.

Jak pisze Drożdź: „współczesne duszpasterstwo nie może być prowadzone w totalnej lub częściowej negacji wobec świata mediów. Nie wystarczy tylko oceniać, krytykować pewne niepokojące zjawiska cywilizacyjne, społeczne, polityczne, ale trzeba podejmować nieustannie pozytywną pracę budowania i umacniania świata wartości chrześcijańskich i humanistycznych w duchu Dobrej Nowiny”<sup>5</sup>. Odpowiedzialność każe nie tylko widzieć ogrom oddziaływania medialnego, lecz także dostrzegać przejawy przemian cywilizacji medialnej i zauważać szansę wpisania się w nurt medialny w dziele ewangelizacji.

3 Papieska Rada ds. Środków Społecznego Przekazu, *Etyka w mediach*, 18.

4 Papieska Rada ds. Środków Społecznego Przekazu, *Etyka w mediach*, 18.

5 M. Drożdź, *Radio Plus Dobra Nowina*, Jedność, Tarnów 2003, s. 26.

Analizując przestrzeń radiową w kontekście ewangelizacyjnym, trzeba zauważyć, że szczególna rola przypada w tym aspekcie grupie mediów, w tym stacji radiowych, które określa się mianem katolickich.

Ich podstawowym zadaniem i misją są niesienie medialnego świadectwa wiary oraz – wprost – głoszenie Ewangelii. Wspominają o tym i dokumenty, które są dziełem twórczego namysłu kilku ostatnich papieży, i materiały soborowe, które są wyrazem troski o współczesnego człowieka, zanurzonego w świecie mediów.

Wskaźnikiem jakości, który odnosi się do tego typu mediów, są ich fundament etyczny, na podstawie uniwersalnych wartości, ludzkie (w sensie humanizmu chrześcijańskiego) oblicze tych mediów, a także jakość opisywanych środków społecznego przekazu na areopagu współczesnych mediów. Nie można mediami, nawet tymi „najwyższej próby”, zastąpić naczelnej idei chrześcijaństwa, czyli obecności w życiu sakramentalnym, choć i taka pokusa pojawia się wraz z rozwojem technicznym i specjalizacją urzędzeń, które mają na tyle zbliżyć się i upodabniać do działania naszych zmysłów, że mogą człowieka wprowadzać w błąd, ale trzeba wyraźnie wyznaczyć granice wpływu zapośredniczonej medialnie ewangelizacji na życia współczesnego człowieka.

O mediach katolickich należy więc mówić jak o konieczności w świetle współczesnego sposobu życia chrześcijan, a z drugiej strony warto, za wspomnianym już dokumentem *Rady ds. Środków Społecznego Przekazu*, wymienić te elementy, które członkowie Rady określili mianem pokus. Należą do nich:

- oczekiwanie ekskluzywnego traktowania,
- wydawanie krytycznego osądu wobec mediów jako zjawiska społecznego,
- traktowanie kwestii religijnych na specjalnych zasadach,
- nadmiernie emocjonalne przestawianie treści religijnych,
- manipulacyjne wykorzystywanie prawd wiary jako przedmiotu rywalizacji,
- wykorzystanie treści katolickich w mediach, jako narzędzia dominacji nad innymi,
- brak poszanowania dla konieczności ewangelizowania, jakim jest dążenie do nawracania,
- celowanie w poprawę życia,

- ♦ religijność „banalna” w miejsce „pogłębionej”;
- ♦ podsycanie fanatyzmu,
- ♦ uwznioślanie ekskluzywizmu religijnego, który może być przyczyną braku miłości wobec innego<sup>6</sup>.

## Rola radia w dziele ewangelizacji

Radio jako medium, które zaistniało wraz z samym początkiem XX wieku, kiedy za sprawą Marconiego w 1901 roku udało się przesłać sygnał radiowy przez Atlantyk, budowało swoją renomę przez całe stulecie, by na początku nowego milenium zaistnieć w szerszej świadomości jako medium wiarygodne, budzące zaufanie, spełniające ściśle określone cele informacyjne, opiniotwórcze, formacyjne i – szczególnie w obrębie naszej cywilizacji – cieszące się bardzo wysoką oceną audytorium.

Sama radiofonia powstała jako – drugi po prasie drukowanej – środek komunikowania społecznego. W rywalizacji z tekstem pisanym dominowała jako sposób komunikowania masowego znaczącą szybkością przekazywania treści (*newsów* oraz komentarzy i opinii). Zyskała także z tego powodu, że prasa wymuszała pełne zaangażowanie czytelnika, a w przeciwieństwie do niej radio okazywało się medium towarzyszącym. W czasie czynności słuchania można było wykonywać właściwie wszystkie inne działania, tak jak to jest do dzisiaj (od jazdy samochodem po relaks przy stole). Młodsze o kilkaset lat medium największą dynamikę wzrostu osiągnęło już w pierwszej połowie XX wieku, jako ważne medium spełniające funkcję „łączenia na odległość”. Ten strategiczny aspekt (w zakresie prowadzenia różnych działań, między innymi wojennych, politycznych i społecznych) ma także ważne znaczenie w kontekście podjętego w niniejszej pracy tematu – zarówno w znaczeniu dosłownym, jako medium łączące słuchacza z radiem oraz słuchaczy pomiędzy sobą, jak i w znaczeniu przenośnym, jako przestrzeń budowania wspólnoty.

Radio, które jest przedmiotem analiz w kontekście funkcjonowania stacji głoszących wartości katolickie, współcześnie w naszym kraju zostało ujęte w ramy prawne na gruncie aktów normatywnych, kompatybilnych z obowiąz-

---

6 M. Drożdż, *Radio Plus Dobra Nowina*, s. 26.

zującą konstytucją. Ważnym dokumentem była ustawa z 29 grudnia 1992 roku o radiofonii i telewizji z nowelizacją z 2004 roku. „W nurcie współczesnych procesów cywilizacyjno-medialnych warto dostrzec rolę radia jako jednego z pierwszych, powszechnych mediów elektronicznych, medium, przeżywającego na przełomie wieków swój renesans”<sup>7</sup>. Ta opinia Drożdża stanowi potwierdzenie roli dziesiątek stacji *stricte* katolickich (albo nastawionych na promowanie wartości chrześcijańskich) na szerokiej scenie medialnej w naszym kraju, gdzie funkcjonuje kilkaset różnych stacji radiowych (naziemnych, satelitarnych, kablowych, cyfrowych).

Radio katolickie nie tylko stało się na arenie naszego kraju medium, które ma informować o tym, co dzieje się w Kościele, lecz także — albo przede wszystkim — ugruntowało swój status — na miarę swoich możliwości i sposobu oddziaływania — jako skuteczne narzędzie formacji.

Potrzeba informowania i integrowania, edukowania poprzez przekazywaną wiedzę, kulturę czy rozrywkę, a także aspekty społeczne (na przykład poprzez wspieranie inicjatyw lokalnych) nie umniejszają możliwości formacyjnych, które mogłyby łączyć się z wcześniej wymienionymi funkcjami:

- ♦ informacyjną,
- ♦ opiniotwórczą,
- ♦ edukacyjną,
- ♦ kulturotwórczą,
- ♦ rozrywkową, w tym także eskapistyczną,

a także wymiaru formacyjnego, gdzie wspomniane wcześniej funkcje łączyłyby się w kontekście wartości chrześcijańskich, do których należą:

- ♦ poszanowanie dla godności osoby,
- ♦ odpowiedzialność w wymiarze indywidualnym,
- ♦ troska o dobro wspólne.

---

7 M. Drożdż, *Radio...*, dz. cyt., s. 27.



## Wskazanie właściwości medium radiowego jako narzędzia ewangelizacyjnego

Radio, tak jak wszystkie pozostałe środki społecznego przekazu, cechuje swoista specyfika, związana z samą naturą tego medium. Powstały w 2002 roku Komitet Badań Radiowych, który zajmuje się oceną samego medium oraz jego audytorium i obecnością w polskiej przestrzeni medialnej, od lat bada, a następnie publikuje raporty, z których wynika, że już przed dekadą ponad 80% Polaków w wieku 15–75 lat słuchało radia każdego dnia<sup>8</sup>. Jest faktem, że dotyczyło to przede wszystkim rozrywki, w tym na pierwszym miejscu muzyki, ale podkreślało preferencje i nawyki odbiorców medialnych. Drugi aspekt, na który zwracali uwagę badacze, to fakt, że czynność słuchania radia była immanentnie związana z wykonywaniem innych, równoległych aktywności. Ten czynnik nie uległ zmianie w kolejnych latach, kolejne raporty natomiast pokazywały „przenoszenie się” słuchaczy do Sieci oraz uwzględniły korzystanie z takich form o charakterze audialnym, jak podcasty czy dzięki zamieszczane na portalach radiowych<sup>9</sup>.

Charakteryzując medium radiowe w kontekście podjętego tematu ewangelizacji, warto podkreślić także znaczenie innych niż typowe dla wszystkich radiostacji zmiennych. Analizując materiały, zamieszczane w wybranych stacjach radiowych, można wskazać dziesięć takich faktów.

### Kontekst odbioru

Ważnym faktorem, wpływającym na specyfikę odbioru radiowych stacji katolickich, jest kontekst odbioru w odniesieniu do części audycji w radiowej ramówce.

Radio katolickie, tak jak wszystkie inne stacje, ma charakter towarzyszący. Jak wskazują przytoczone raporty i badania wielu naukowców<sup>10</sup>, odbiór radia

8 K. M. Wyrzykowska, *Radio jako medium (raporty z badań)*, <http://wyrzykowska.net/radio-jako-medium-raporty-z-badan/> (11.12.2019).

9 Por. *Badania Radiotrack*, <https://radiotrack.pl/opis-badania-radiotrack/> (12.05.2022).

10 Zob. J. Bloch, J. Wasilewski, *Rola serwisów informacyjnych w tworzeniu wspólnoty z odbiorcą*, w: *Radio i społeczeństwo*, red. G. Stachyra, E. Pawlak-Hejny, Wydawnictwo Uni-

następuje w różnorodnych okolicznościach. Należą do nich i środowisko pracy i strefa domowa, a także przestrzeń publiczna, gdzie – przy wykorzystaniu dodatkowych gadżetów i urządzeń – można odbierać sygnał radiowy i słuchać audycji bez naruszania sfery prywatności i intymności innych.

Twórcy audycji, zdając sobie sprawę z tej zmiennej, niekiedy wręcz projektują sam program z założeniem, że będzie odbierany lub odtwarzany w takich okolicznościach. Część audycji jest zatem tworzonych z zamiarem możliwości wysłuchania ich niezależnie od czynności, jakie wykonujemy, albo są określone wobec zapotrzebowań konkretnego targetu, a więc określonej grupy docelowej, co do której zakłada się, że w tym czasie jest czynna zawodowo. Świadomość ta pozwala o określonej porze dnia uwypuklać znaczenie audycji preewangelizacyjnych<sup>11</sup> (na przykład koncertów muzycznych, rekomendacji, przedstawianie ciekawych osób i zjawisk, zapowiedzi wydarzeń itp.).

Odmienna sytuacja dotyczy takich form, jak na przykład audycje modlitewne czy ściśle ewangelizacyjne, które niejako włączają całego człowieka w czynność odbioru. Nie jest to bowiem wówczas tylko słuchanie, lecz także wspólna modlitwa, wykonywanie różnego typu gestów religijnych, zachowywanie – z szacunku do istoty nabożeństw właściwych postaw, na przykład liturgicznych.

## Oddzielenie sfer *sacrum* i *profanum*

Drugą zmienną jest fakt, że radio jako medium jest adresowane do sfery naszego życia codziennego, a więc do sfery *profanum*, i tutaj musi szukać przestrzeni, w której także treści o charakterze *sacrum* będą mogły być należycie przyjmowane. Przestrzeń tę wyznacza miejsce pracy, na przykład biuro, środki lokomocji – samochód, komunikacja miejska, przestrzeń publiczna – sklepy czy ulica oraz sfera prywatna – dom z przestrzeniami wspólnymi, jak salon czy kuchnia, albo sfera intymna. Obie sfery domagają się odmiennego trakto-

wersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2011; G. Stachyra, *Radio jako przestrzeń dla rytuału*, „Media. Kultura. Komunikacja Społeczna” 2013, nr 9.

11 Por. W. Przygoda, *Preewangelizacja – ekstrawagancja czy pastoralna konieczność*, w: *Peryferie wiary wyzwaniami dla Kościoła*, red. W. Przygoda, M. Fijałkowski, Lublina 2015, s. 165–173.

wania i naruszanie ich granic mogłoby przynieść więcej strat niż zysków. Potrzeba uwzględnienia tego kontekstu; specyfika *sacrum* i *profanum* powinna być dla ewangelizatorów ważną okolicznością wyznaczającą charakter audycji.

## Dostosowanie treści do specyfiki audytorium

Fakt, że ewangelizowanie ma ze swej natury charakter ponad wszelkimi podziałami, wynikającymi z wieku, pochodzenia, płci, rasy, statusu społecznego, a nawet stanu, stoi niejako w sprzeczności z nową tendencją w radiu XXI wieku, a także we wszystkich innych mediach. Współcześnie środki społecznego przekazu podlegają zjawisku formatowania, a zatem takiego programowania swojej ramówki, która będzie się wpisywać w oczekiwania – w tym zarówno potrzeby, jak i pragnienia – określonej grupy odbiorczej. Przykładowo jeśli stacje adresowane są do młodszych odbiorców, to występują w niej określone gatunki dziennikarskie, przede wszystkim muzyczne, większa dynamika w zakresie tempa nadawania i zmienności treści, dostosowanie do aktywności młodszych grup odbiorczych itd. W odniesieniu do stacji komercyjnych, których głównym albo jednym z podstawowych celów jest zysk, nie może to budzić żadnych wątpliwości ani kontrowersji. Nieco inaczej jest jednak w przypadku mediów katolickich, które swojego odbiorcę traktują jako najważniejszy podmiot swojej misji, a celem działalności takich radiostacji jest nie tyle zysk, ile wspomniana misja ewangelizacyjna. „Radio katolickie ze swej natury powinno pozostać radiem uniwersalnym, zbliżonym do uniwersalizmu podstawowego programu radia publicznego”<sup>12</sup>. Dając przykład Radia Plus, które obecnie powróciło w diecezji tarnowskiej do statusu Radia RDN, można powiedzieć, że „nadaje również program uniwersalny, nie wyłączając praktycznie żadnych grup słuchaczy: od najmłodszych do najstarszych, od niewierzących po ludzi mających szczególne potrzeby religijne. Uniwersalizm programu widoczny jest we wszystkich rodzajach audycji. Uniwersalizm słuchaczy, odpowiadający przecież powszechności misji Kościoła, stawia ogromne wyzwania dla programu”<sup>13</sup>.

12 M. Drożdż, *Radio Plus...*, dz. cyt.

13 M. Drożdż, *Radio Plus...*, dz. cyt.

Sposobem racjonalnego podejścia w przypadku mediów katolickich jest z pewnością podział ramówki dziennej na poszczególne pasma. Polega to na badaniu słuchalności stacji i analizie danych własnych oraz wyników badania, przede wszystkim Radio Track Kantar Polska, które zajmuje się badaniem całej sfery radiowej w Polsce<sup>14</sup>.

Precyzyjne analizy w odniesieniu do wszystkich radiostacji, w tym mieszczących się w polu analiz niniejszej pracy, jak na przykład Radio Maryja — stacji o zasięgu ogólnopolskim, pokazują wyraźne wskaźniki oraz są podstawą określania trendów na przyszłość. Biorąc na przykład zasięg radia z szeroko zakrojonych badań rocznych, twórcy ramówek dostosowują się do opisanych wskaźników. „W ujęciu tygodniowym średni zasięg radia w 2021 roku wyniósł 26,6 mln słuchaczy (88,9 proc.). Najwyższy zasięg radio generuje wśród osób w wieku od 40 do 59 lat, gdzie wyniósł 91,6 proc. Dalej plasują się grupy: 25–39 (88,8 proc.), 60–75 (86,9 proc.) i 15–29 (85,2 proc.). Słuchalność wśród mężczyzn jest nieznacznie wyższa niż wśród kobiet (91,0 proc. vs 86,8 proc.)”<sup>15</sup>. Ze wskazanych analiz wynika także, że radio słuchane jest częściej latem niż w innych porach. „Najwyższy średni dzienny zasięg i czas słuchania radia w zeszłym roku przypadł na miesiące letnie, a najniższy — na późno jesienne i zimowe. Pod względem średniego dziennego zasięgu najlepiej wypadła fala maj–lipiec (20,6 mln), a najslabiej — październik–grudzień (20 mln). Z kolei w przypadku średniego dziennego czasu słuchania radia były to odpowiednio fale czerwiec–sierpień i lipiec–wrzesień (264 minuty) oraz styczeń–marzec (254 minuty)”<sup>16</sup>. Przystawiony trend nie jest czymś odmiennym w ujęciu ostatniego pełnego roku, ponieważ zauważalny jest co roku. Radio dociera do słuchaczy w chwilach ich wolnego czasu, a więc najczęściej w okresie wakacji, to znaczy, że radio tradycyjnie towarzyszy słuchaczom w okresach urlopowych.

---

14 *Stuchalność radia 2021 rok zasięg radia analiza opinie (wirtualnedia.pl)*, <https://blog.wirtualnedia.pl/arttykul/sluchalnosc-radia-2021-rok-zasieg-radia-analiza-opinie> (14.02.2022).

15 *Stuchalność radia 2021 rok zasięg radia analiza opinie (wirtualnedia.pl)*, dz. cyt.

16 <https://blog.wirtualnedia.pl/arttykul/sluchalnosc-radia-2021-rok-zasieg-radia-analiza-opinie> (14.02.2022).

Rycina 1. Raport słuchalności — RADIO 2021



Potwierdzonym trendem jest także miejsce w słuchaniu się w treści radiowe. Polacy słuchają radia w samochodzie, na co wskazuje fakt, że wśród wszystkich słuchaczy średni dobowy zasięg w czasie kontaktu w tym miejscu, w analizowanym roku, wyniósł 11,8 mln. Zaraz po tym pojawia się zacisze domowe (10,1 mln), a dalej miejsce pracy (4 mln).

Rycina 2. Raport o słuchaczach — Radio 2021



Porównując w ciągu doby najczęściej słuchane pasma, widać wyraźnie, że Polacy mają kontakt z radiem od godzin porannych do wczesnego popołudnia, kiedy następuje przekaz informacji i *newsów*, a także medium cieszy się większym zainteresowaniem w dni powszednie (w szczytowym momencie w dni powszednie radio słucha niemal 30% Polaków w wieku 15–75 lat) niż w weekendy (w *peaku* jest to ponad 20%).

Istotny dla niniejszej pracy jest fakt, że aż 85% czasu słuchacze poświęcają na kontakt z łatwymi w odbiorze stacjami komercyjnymi, a udział stacji katolickich, które są przedmiotem badań w aspekcie ewangelizacyjnym, to zaledwie niecałe 3%. Istotny wskaźnik to także udział rozgłośni publicznych (czyli stacji ogólnopolskich i regionalnych Polskiego Radia) w pełnym rynku, który wynosi niecałe 13%.

Rycina 3. Raport o zasięgu w pasmach godzinnych — Radio 2021



Na tle takich zbiorczych analiz, w odniesieniu do wskaźnika, jakim jest podzielenie ramówki na pasma, ważne jest spojrzenie na radia ewangelizujące w kontekście doboru charakteru i rodzaju zawartych tam audycji, które odpowiadałyby podstawowemu podziałowi wiekowemu, czyli między innymi strukturze potencjalnych słuchaczy ze względu na cechy psycho- i demograficzne; dostosowania formy i języka przekazu do zakładanego odbiorcy; tem-

pa nadawania i formuły poszczególnych audycji, w odniesieniu do percepcji i recepcji zakładanych słuchaczy.

Profesjonalne analizy pochodzące z fachowych ośrodków badania słuchalności, na jakich została oparta ta refleksja, analizy socjologiczno-psychologiczne pochodzące z badań własnych i tak zwanego medialnego *outdooru* badawczego oraz własne doświadczenia i głosy audytorium są podstawą do zakładania właściwego ramowania treści i formy przekazów radiowych. Dobór odpowiednich treści i formy oraz dostosowanie ich do określonych godzin emisji radiowej wydają się znacznie prostsze w stacjach sformatowanych i jak pokazują wyniki słuchalności, dają wymierne efekty liczbowe. Polskie Radio, które zakłada szerszy target, osiąga niższą słuchalność, ale wiernego słuchacza. Jest to także droga stacji katolickich, które w Polsce przełomu XX i XXI wieku wpisują się w tak zrestrukturyzowany rynek odbiorców mediów. Czas emisji i treść oraz gatunek, jaki został wybrany dla danej formy przekazu, mają odpowiadać możliwościom percepcyjnym słuchaczy określonych pasm. W przypadku stacji katolickich jest to wskazanie do szczególnej uważności w zakresie odpowiedniego „dawkowania” różnego typu przekazów – od preewangelizacyjnych, które traktowane metaforycznie jako lżejsze i prostsze w odbiorze przez szerokie grono słuchaczy (należą do nich muzyka, przekazy tworzone na bazie kultury, sztuki czy nauki), po treści *stricte* ewangelizacyjne, które niektórych słuchaczy mogą nawet zrażać „siłą swojego rażenia”.

## Specyfika języka medium katolickiego

„Natura radia warunkuje formę przekazu wszystkich treści, również treści religijnych”<sup>17</sup> – pisze Drożdż. Zauważa jednak, że zdecydowanie inny jest język ambony i sali katechetycznej albo rozmowy duszpasterskiej, a inny codziennej prasy religijnej, tygodników katolickich, portali o tematyce duchowej, stacji telewizyjnych czy język radiowy. Podaje także zasadniczą regułę, na podstawie własnych doświadczeń oraz dociekań naukowych, że radio bez względu na swój wizerunek, nazwę, przynależność, powinno zawsze pozostawać medium radiowym, a zatem ze specyficzną formą przekazu elektroniczne-

17 M. Drożdż, *Radio Plus...*, dz. cyt., s. 28.

go i cyfrowego, dla którego właściwa jest określona (własna) forma i język przekazu. Sugeruje to, że określone reguły konwersacyjne, zasady użycia języka, troska o poszanowanie godności drugiego człowieka objawiająca się między innymi szacunkiem względem rozmówcy i każdego słuchacza mają charakter uniwersalny, a nie ekskluzywny.

## Wielość formatów w kontekście grup odbiorczych

Czym innym jest kolejny, piąty wskaźnik, który właśnie nakierowuje na to, co powinno wyróżniać media o charakterze ewangelizacyjnym. Specyfika takich stacji jest ściśle związana z tym, co było zasugerowane wcześniej, a zatem kwestią formatowania ze względu na określoną grupę odbiorczą. Wielość formatów jest dobrodziejstwem, ponieważ poszerza ofertę programową wszystkich rozgłośni, także o charakterze katolickim. Formatowanie jest okolicznością, która umożliwia celowe dotarcie z treściami do zakładanej grupy docelowej. Potrzeba dopasowania treści nie jest jednak tożsama z tworzeniem jawnych bądź ukrytych kopii programów już istniejących. Plagiatowanie audycji, które są charakterystyczne dla popularnych nadawców, czy to stacji katolickich działających na forum ogólnopolskim, czy też nadawców publicznych, albo nawet komercyjnych, i wchodzenie niejako w konkurencję w ramach tożsamego co do treści i formy przekazu jest niewskazane. Znacznie cenniejsze z poziomu stacji o mniejszym zasięgu niż na przykład Radio Maryja, a zatem – analizowanych w niniejszej pracy – stacjach: Radio Jasna Góra, RDN czy Radio Profeto, jest występowanie z audycjami, które w sposób komplementarny dopełniają ofertę programów i nadawców katolickich albo z programami katolickimi na forum wszystkich stacji radiowych.

## Misja towarzyszenia potrzebującym

Kolejny wskaźnik dotyczy tematyki poszczególnych programów, jaka poruszana jest we wspomnianych stacjach, a także innych, które podejmują kwestie związane z ewangelizacją. Od mediów, których misją jest szerzenie Dobrej No-



winy, wymaga się nie tyle podążania za modami, nie tyle śledzenia wskaźników słuchalności stacji i wpisywania się w trendy — jak czynią to stacje komercyjne, ile przede wszystkim misji bycia blisko drugiego człowieka i mądrego towarzyszenia tym, którzy tej pomocy szczególnie potrzebują. Jest to zagadnienie ważne, ponieważ medium radiowe — ze względu na łatwość korzystania z urządzeń, jakie nadają sygnał radiowy, możliwość wręcz intymnego odbioru treści, powszechna dostępność do nadawanego sygnału — dają sposobność do zapoznawania się z jego przekazem także szczególnie odosobnionym grupom odbiorczym. Należą do nich ludzie chorzy, cierpiący, osamotnieni, niepełnosprawni, niemobilni, starsi. Zrozumienie potrzeb tej niemałej liczby słuchaczy radia jest mocno wpisane w misyjność tego medium. Wykluczeni, na przykład ze względu na niepełnosprawność ruchową, oddzieleni od bliskich i rodziny, a nawet odseparowani z własnego środowiska, jak to jest w przypadku osób chorujących w wyniku pandemii COVID-19, to właśnie w środkach społecznego przekazu szukają nie tylko informacji i opinii, lecz także pocieszenia, wzmocnienia, dostrzeżenia ich potrzeb i pragnień, czy nawet zachowania w prawidłowej kondycji psychicznej.

Można zaryzykować stwierdzenie, że osoby, które zostały wymienione, należą w grupie odbiorców stacji katolickich do grona uprzywilejowanych. Jak pisze Drożdż, w odniesieniu do Radia Plus w diecezji tarnowskiej (które pierwotnie nadawało jako Radio Dobra Nowina, dziś RDN Małopolska oraz RDN Nowy Sącz): „Radio Plus otacza szczególną troską chorych, cierpiących i samotnych, ze strony których otrzymuje najbardziej wzruszające gesty i słowa wdzięczności i poparcia oraz zrozumienia dla wszystkich pasm programowych. Chorzy, cierpiący i potrzebujący są grupą słuchaczy uprzywilejowaną w Radiu Plus, stając się pierwszym kryterium w kształtowaniu struktury ramowej programu. Radio Plus jako jedna z nielicznych rozgłośni diecezjalnych sieci Plus, szczególnie dla tych słuchaczy, transmituje nieprzerwanie od początku swojego istnienia w paśmie największej słuchalności radiowej mszę świętą (z kościoła radiowego) i modlitwę różańcową (*live ze studia*)”<sup>18</sup>.

W przypadku Radia Jasna Góra grupą, na którą została zwrócona uwaga, jest z pewnością społeczność osób przebywających czasowo lub na stałe poza granicami Polski. To właśnie do Polonii adresowane są audycje emitowane

18 M. Drożdż, *Radio Plus...*, dz. cyt., s. 29.

w paśmie nocnym, uwzględniającym szczególnie Polonię amerykańską oraz australijską.

Nieco inną strukturę wiekową mają słuchacze Radia Profeto. Jest to zdecydowanie młodsza grupa słuchaczy, ale w tym przypadku pojawia się troska o osoby, które zamieszkują mniejsze, słabiej zurbanizowane tereny, i dla nich pojawia się szczególna propozycja włączania się w życie wspólnotowe poprzez uczestnictwo w nadawanych tam rekolekcjach, rozważaniach, debatach oraz w programach o tematyce hobbistycznej, które angażują słuchaczy i zapraszają do współtworzenia audycji w ramach radiowej wspólnoty. Jak stwierdzili Byron Reeves i Cliford Nass, istotne w odbiorze mediów są takie parametry, jak kultura, w jakiej żyje człowiek, jego uwarunkowania pokoleniowe, pozycja społeczna i zawodowa, a także jego doświadczenia technologiczne<sup>19</sup>.

## Obrazowanie jako ewangeliczna metoda dotarcia do człowieka

Siódma zmienna dotyczy formy, w jaką opakowany jest przekaz. Radio, jako medium, którego cechą dystynktywną jest posługiwanie się słowem mówionym, współuczestniczy w dynamicznym procesie podejmowania nowych wyzwań i poszukiwania nowoczesnych form przekazu. O ile przed etapem digitalizacji można było mówić o „obrazowości” radia zaledwie w sensie metaforycznym (posługiwanie się obrazowymi porównaniami, metaforami i metonimiami jako figurami myśli, prymarną formą przypowieści, która swe źródło ma w ewangelicznej metodzie docierania do ludzi, jaką przecież stosował sam Syn Boży i jaka do dziś jest jedną z najcenniejszych metod przekazu ewangelicznego), o tyle obecnie owo obrazowanie zyskuje bardzo rzeczywisty wymiar. Nowych form poszukiwania dotarcia do odbiorcy domaga się nie tylko sfera informacyjna (*newsowa*), lecz także formacyjna oraz ewangelizacyjna. Śledzenie nowości technologicznych, nadążanie za trendami oraz wpisywanie się z niezmienną treścią w nowoczesne formy są nie tylko możliwościami, lecz także obowiązkami ludzi mediów katolickich. Atrakcyjność przekazu, która jest naturalną podstawą do utrzymania słuchaczy i pozyskania nowych odbiorców, jest ściśle powiązana z ciekawą formą, która jest uwarunkowana

---

19 Zob. B. Reeves, C. Nass, *Media i ludzie*, Warszawa 2000, s. 294.

wieloma czynnikami. Powstawanie nowoczesnych form przekazu radiowego jest ważnym zadaniem programowym, także w obliczu niespotykanego dotąd rozwoju w dziedzinie nowych mediów oraz w epoce multimediów. Weryfikacja dotychczas stosowanych form oraz modyfikacja programów w ramówce są konieczne, ponieważ brak atrakcyjności przekazu może oznaczać nie tylko zatrzymanie w rozwoju medium, ale nawet odejście aktualnych słuchaczy.

O ile sam przekaz ewangeliczny nie wymaga stosowania nowoczesnych narzędzi, bo jest nim słowo pochodzące od Boga i jest ono samo w sobie najwyższą wartością, o tyle przekazywanie go za pośrednictwem mediów wymaga profesjonalizmu w zakresie jego upubliczniania. Radio domaga się atrakcyjności przekazu w odniesieniu do medialnych uwarunkowań jego odbioru w przestrzeni zmediatyzowanej. Walery Pisarek definiuje mediatyzację (ang. *mediatisation*, niem. *Mediatisierung*) – jako „proces pośrednictwa mediów w poznawaniu świata; wpływanie przez media na postrzeganie przez człowieka rzeczywistości niedostępnej bezpośrednio doświadczeniu wraz z konsekwencjami takiego pośrednictwa: kształtowaniem obrazu całej rzeczywistości społecznej, a nawet kompleksowych doświadczeń społecznych pod wpływem konstrukcji medialnych”<sup>20</sup>.

W odniesieniu do prowadzonych badań można to porównać do pieczołowitości, z jaką dawni skrybowie przepisywali tekst Biblii, stosując różnego typu inkrustacje, albo późniejsi drukarze, zwracając uwagę nie tylko na stronę merytoryczną przekazu ksiąg biblijnych, lecz także jego estetykę. Podobnie, w zakresie mediów elektronicznych, w tym radia, słuchacze nie będą docierali do przekazu i treści, które nie są podawane w formie atrakcyjnej, nie spełniając tym samym oczekiwań słuchaczy. Celem tworzenia audycji radiowych nie może być permanentne dopasowywanie się do panujących obecnie mód, ale raczej utrzymywanie wysokiego standardu jakości przekazu oraz mądre i skuteczne dopasowanie treści do możliwości recepcji i percepcji odbiorców, którzy zwracają uwagę i na treść, i na formę przekazu.

---

20 W. Pisarek, *Słownik terminologii medialnej*, Kraków 2008, s. 118.

## Ewangelizacja radiowa w kontekście kultury i sztuki

Ósmy wskaźnik, będący niejako kontynuacją wcześniejszych założeń, ma związek z otoczką radiową, jaką stanowią formy muzyczne lub inne związane ze światem sztuki.

Gdy pracuje się nad przekazem, którego celem jest preewangelizacja albo już ewangelizacja właściwa, ważnym elementem wspomagającym stają się metacynniki, takie jak: melodyka wypowiedzi, jakość języka radiowego, zachowywanie proporcji między słowem mówionym, teksem śpiewanym i czysto instrumentalnymi formami. Oddziałują one na percepcję słuchaczy, ponieważ muzyka wywiera silny wpływ emocjonalny na odbiorców. Wskazują na to badania słuchalności oraz liczne badania nad przekazami audialnymi, które pokazują siłę oddziaływania harmonii dźwięków na ludzkie zachowania.

## Balans pomiędzy światem wartości duchowych a ekonomiką medium

Niewspominany dotąd faktor, związany z respektowaniem zasad marketingu medialnego, ekonomiki medialnej i stworzeniem właściwego balansu między pełną bezinteresownością, jaka kryje się za potrzebą głoszenia słowa Bożego, a niezaniebawianiem właściwej oprawy i promocji, jest dla zarządzających mediami najtrudniejszym zadaniem.

## Programowanie treści ewangelicznych w kontekście szerokiej oferty programowej stacji

Ostatni z dostrzeżonych wyznaczników to myśl o istnieniu audycji i programów o tematyce ewangelizacyjnej w szerokim kontekście całościowej propozycji danej stacji. Uwzględnienie tej perspektywy niejako z lotu ptaka, a zatem wpisanie tych audycji w strukturę ramową i szczegółowo – wyznaczone dla danego dnia tygodnia – pasma, jest elementem strategicznym i długofalowym. Analiza wielu miesięcy funkcjonowania stacji radiowych pokazuje

niezbicie, że ramy te są dokładnie określone już od początku funkcjonowania stacji i nawet tak ogromne zmiany w życiu społecznym, jakie wywołała pandemia COVID-19, nie spowodowały znaczącej zmiany ramówki. Były to niewielkie przesunięcia lub modyfikacje, ale porównując je z innymi środkami społecznego przekazu, można uznać, że medium radiowe jest w całym wachlarzu nadawców najbardziej ustabilizowane.

## Wpływ pandemii COVID-19 i wykorzystania zdalnego dostępu do mediów transmitujących wydarzenia religijne

Niniejszy projekt, który rozpoczął się jeszcze w 2019 roku, nie zakładał analiz w okolicznościach nadzwyczajnych, jakimi z pewnością była sytuacja dynamicznego rozwoju procesów mediatyzacji religii w naszym kraju — szczególnie w odniesieniu do Kościoła rzymskokatolickiego, którego zwierzchnicy na poziomie krajowym zadecydowali o istotności duchowego uczestnictwa w nabożeństwach transmitowanych *online* przez parafie Kościoła katolickiego podczas ogłoszonego w 2020 roku *lockdownu*.

Jak piszą autorzy raportu z badań interdyscyplinarnych: *Komunikacja Kościoła katolickiego w Polsce w okresie pandemii Covid-19*, „treść analizowanych dokumentów biskupich zazwyczaj wiernie odpowiadała zarządzeniu nr 1/2020. W szczególności dyspensa była udzielana osobom należącym do grup wskazanych w zarządzeniu, a do komunikatu o jej udzieleniu — za zarządzeniem Rady Stałej — dodawano wyjaśnienie dotyczące jej skutków oraz zachętę do korzystania z dostępnych transmisji mszy świętej. Tylko wyjątkowo korzystanie z dyspensy wiązano z dodatkowymi obowiązkami, do jakich należało w szczególności zobowiązanie do *pobożnego przeżycia Liturgii niedzielnej, transmitowanej regularnie dla chorych poprzez telewizję, radio lub internet*, a w przypadku *osób będących w dyspozycji duchowej (stan łaski uświęcającej*

*lub szczerzy żal za grzechy, połączony z postanowieniem naprawy życia wg zasad wiary świętej)* – także przyjęcia Komunii duchowej (XI.1.1)<sup>21</sup>.

Przykładem może być dyspensa wydana w Metropolii Częstochowskiej:

„I. Zgodnie z kan. 87§1 Kodeksu Prawa Kanonicznego, udzielam dyspensy od obowiązku niedzielnego uczestnictwa we Mszy Świętej do dnia 29 marca br. następującym wiernym:

- a. osobom w podeszłym wieku,
- b. osobom z objawami infekcji (np. kaszel, katar, podwyższona temperatura, itp.),
- c. dzieciom i młodzieży szkolnej oraz dorosłym, którzy sprawują nad nimi bezpośrednią opiekę, d. osobom, które czują obawę przed zarażeniem. Skorzystanie z dyspensy oznacza, że nieobecność na Mszy niedzielnej we wskazanym czasie nie jest grzechem. Jednocześnie gorąco zachęcam, aby osoby korzystające z dyspensy trwały na osobistej i rodzinnej modlitwie w łączności ze wspólnotą Kościoła poprzez transmisje radiowe, telewizyjne lub internetowe Mszy Świętych i innych nabożeństw<sup>22</sup>.

O ile postawa Kościoła hierarchicznego już po krótkim czasie była dość jednorodna, o tyle uczestnicy mediów – zarówno odbiorcy mediów tradycyjnych, jak i użytkownicy nowych mediów – wypowiadali się na temat podjętych decyzji w zasadniczo zróżnicowany sposób, używając różnorodnej argumentacji. Nie można też nie zauważyć, że zachęcenie katolików do uczestnictwa w takiej formule wpłynęło na nastawienie części osób biorących udział w tej formie aktywności w życiu Kościoła, także w sytuacji późniejszej. Liczne badania, prowadzone przez ośrodki medioznawcze potwierdzają, że dochodzi do daleko idących następstw, jakimi są między innymi zmiany w poglądach katolików na zdalną formę udziału w wydarzeniach religijnych oraz częściowe odstępstwo od naturalnej formy uczestnictwa w nabożeństwach.

Przedstawiciele świata nauki, zajmujący się komunikacją zmediatyzowaną, przygotowali nawet rekomendacje dla biskupów i kapłanów w odniesieniu do

21 M Chmielewski, M. Nowak, P. Stanisz, J. Szulich-Kałuża, D. Wadowski, *Komunikacja Kościoła katolickiego w Polsce w okresie pandemii Covid-19. Raport z badań interdyscyplinarnych*, Seria naukowa: Edukacja – Media – Teologia, Kraków 2022, s. 39.

22 *Dyspensa w Metropolii Częstochowskiej z 13.03.2020*, <https://archidiecez.pl/zapowiedzi/dyspensa-od-obowiazku-niedzielnego-uczestnictwa-we-mszy-swietej,1584092896.html> (5.02.2022).

prowadzenia transmisji i tworzenia programów duszpasterskich oraz komunikacji – zarówno wobec obowiązku rozpowszechniania przekazu społecznego *ad intra*, jak i *ad extra*, czyli ludziom, którzy są poszukującymi, o czym w swoim przemówieniu na Areopagu wspominał już św. Paweł. Także współcześni przedstawiciele Kościoła katolickiego podkreślają owo przynaglenie do wzmożonego wysiłku ewangelizacyjnego w postawie horyzontalnej, czyli o coraz większym zasięgu, a także w głąb (*ad intra* i *ad extra*), co razem ma czynić przestrzeń wspólną (*communio*). Szczególnie coraz większe uczestnictwo i obecność w świecie współczesnym (*ad extra*) stawia przed osobami Kościoła szereg zadań ewangelizacyjnych, wynikających z takiej obecności wśród ludzi. Kościoły, które w różnych krajach i społecznościach przystąpiły do nowej ewangelizacji, biorą sobie za cel nie tylko szerzenie chrześcijaństwa względem osób mentalnie bliskich, ale rozumieją, że nie mogą być misyjne względem niechrześcijan innych kultur, rozsianych po różnych kontynentach, jeśli nie będą troszczyły się o niechrześcijan w najbliższym otoczeniu (jest to warunek reewangelizacji). Oznacza to, że misyjność typu *ad intra* jest początkiem i wstępem do misyjności *ad extra*, a także jej rzeczywistym znakiem i bodźcem działania.

Odnosząc się do badań, jakie we wspomnianych okolicznościach pandemii prowadzone były w wyniku obserwacji zdalnej formy uczestnictwa w obrzędach religijnych, jako dopuszczalnych przez Kościół katolicki, należy stwierdzić, że:

- Po pierwsze z pewnością możliwość zdalnego uczestnictwa w nabożeństwach w sensie ilościowym przyczyniła się do zażegnania sytuacji kryzysowej, w której wierni nie mogliby w ogóle wziąć udziału na przykład we mszy świętej. Pandemia, która ograniczyła to uczestnictwo w sensie niezapśredniczonym medialnie, wręcz powodowała, że liczba osób w świątyniach była symboliczna (choć zmienna w czasie). Udzielenie przez biskupów dyspensy spowodowało, że wiele parafii po raz pierwszy rozpoczęło transmisję mszy świętych.
- Po drugie nastąpił wzrost kompetencji medialnych i świadomości znaczenia mediów w dziele ewangelizacji oraz uczestnictwa wiernych praktykujących. Jak wykazały badania przeprowadzone na reprezentatywnej próbie ogólnopolskiej przez panel Ariadna przygotowane

przez grupę naukowców z kilku polskich uniwersytetów, między innymi Uniwersytetu Warszawskiego, Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego czy Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie (*Raport z ogólnopolskich badań przeprowadzonych na reprezentatywnej próbie przez firmę badawczą Ariadna w maju 2020 oraz kwietniu 2021 roku na temat ograniczenia dostępu do świątyń podczas pandemii COVID-19*)<sup>23</sup>, ważny okazał się udział wiernych w transmisjach wydarzeń religijnych *online*, ponieważ zaspokajał on po części potrzeby duchowe wyznawców religii.

- Po trzecie dostrzeżony został skutek uboczny, jakim było postrzeganie udziału w wydarzeniach religijnych *online*, które miały charakter czasowy i dotyczyły efektu obostrzeń pandemicznych, jako swoistego trendu i alternatywnej możliwości życia duchowego.
- Po czwarte z pewnością podczas pandemii zachodzące procesy mediatyzacji religii uległy przyspieszeniu, ponieważ doszło do niespotykanego nigdy wcześniej nagłego wzrostu obecności wydarzeń religijnych w przestrzeni mediów tradycyjnych (dodatkowe msze święte w telewizji czy częściowo w radiu), a także nade wszystko w przestrzeni zdigitalizowanej.

W odniesieniu do ostatniego stwierdzenia<sup>24</sup> badania wykazały, że propozycja transmisji *online*, wobec — ograniczonej w sensie dostępności ilościowej uczestników — oferty parafii rzymskokatolickich, miała kluczowe znaczenie podczas pierwszych miesięcy *lockdownu* (pierwsza fala pandemii). Z analiz prowadzonych na próbie 1533 parafii z 41 diecezji wynika, że 40,8% polskich parafii decydowało się na transmisje. Pierwszym źródłem, z którego korzystali

23 B. Przywara, M. Szewczyk, A. Adamski, A. Kiciński, A. Jupowicz-Ginalska, *Raport pt. „Opinie i duchowe potrzeby religijne Polaków w zakresie uczestnictwa online w wydarzeniach religijnych podczas pandemii COVID-19 (marzec 2020–kwiecień 2021)”*, Rzeszów 2021 [https://wsiz.edu.pl/wp-content/uploads/2021/12/Raport\\_2021.pdf](https://wsiz.edu.pl/wp-content/uploads/2021/12/Raport_2021.pdf) (24.03.2022).

24 A. Jupowicz-Ginalska, M. Szewczyk, A. Kiciński, B. Przywara, A. Adamski, *Dispensation and Liturgy Mediated as an Answer to COVID-19 Restrictions: Empirical Study Based on Polish Online Press Narration*. *Religions*, 12 (2) 2021, 127. MDPI AG. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.3390/rel12020127>, <https://www.mdpi.com/2077-1444/12/2/127>, (24.03.2022).



wierni, były jednak media społecznościowe, głównie — udostępniające możliwość stosunkowo taniego i łatwego dostępu — kanały w serwisie YouTube<sup>25</sup>.

Zmieniło się także nastawienie mediów tradycyjnych, to jest prasy, głównie katolickiej, która do dyspensy miała dość jednoznaczny stosunek pozytywny i — szczególnie w pierwszych miesiącach — poparła głos KEP.

Szczególnie interesujący jest jednak szeroki wpływ społeczny, nie tylko w obrębie samych mediów i ludzi Kościoła<sup>26</sup>, ale przede wszystkim ich uczestników, którzy z czasem wykazują coraz powszechniejszą aprobatę względem tej formy brania udziału we mszy świętej.

Istnieje potężne ryzyko, że będzie oznaczać to utratę rzeczywistego, niezapośredniczonego medialne kontaktu ze swoją parafią, a w dalszej perspektywie — zdiagnozowane socjologicznie zjawisko — utraty całkowitego kontaktu z własną wspólnotą. Może się to przyczyniać do występowania incydentalnych kryzysów wiary (wywołanych na przykład publicznym sprzeciwem innych wiernych i brakiem akceptacji dla takich form w czasie po ścisłym *lockdownie* oraz konfliktami międzypersonalnymi i międzyinstytucjonalnymi), a w konsekwencji utratą więzi ze wspólnotą. Z drugiej zaś strony nie sposób nie docenić korzyści, jaka wyniknęła z możliwości zdalnego uczestnictwa i popularności tej formy, jaka w sytuacji zamknięcia społeczeństwa wpływała kojąco na występujące niedyspozycje o charakterze *stricte* religijnym, ale i emocjonalnym (zapobieganie obawom, stanom lękowym, duchowe wyciszenie itp.).

Niezawiniony kryzys, jak pokazują badania, został jednak wykorzystany przez ludzi Kościoła, czego namacalnym wynikiem są na przykład *Ogólnopolski program duszpasterski na rok 2022* i liczne programy diecezjalne, które odnoszą się do nowych metod, jako równoległych na przykład w zakresie sposobu docierania do wiernych przez strony internetowe, kanały wideo czy podcasty radiowe. Równocześnie te rekomendacje nastawione są przede wszystkim na nowe media i młodszych użytkowników, jako możliwość dotarcia do nowych grup docelowych (na przykład *video-streaming*) i niewiele jest w nich miejsc na

25 Mniej niż 5% parafii prowadziło transmisje niezależnie technicznie.

26 Por. A. Adamski, A. Jupowicz-Ginalska, A. Kiciński, B. Przywara, M. Szewczyk, *Online Live-Stream Broadcasting of the Holy Mass during the COVID-19 Pandemic in Poland as an Example of the Mediatization of Religion: Empirical Studies in the Field of Mass Media Studies and Pastoral Theology. Religions* 12 (4) 2021, 261. ISSN 2077-1444. 10.3390/rel12040261, (24.03.2022).

temat medium radiowego, wyłączając z tego na przykład rekolekcje w formie podcastów, które zyskują na popularności.

Wskazanie tych dziesięciu wyznaczników, które są charakterystyczne dla medium radiowego wraz z analizą, jaka wynika z aktualnych badań nad zmianami w zakresie zjawiska *wirtualizacji wiary* poprzez wprowadzenie nowych form medialnych, pokazuje niezbicie, że znajomość zasad tworzenia zaplecza radiowego, następnie przygotowywania poszczególnych audycji, ich emisja w zaplanowanym paśmie i o określonej porze, czynnik ludzki oraz cała sfera zarządzania medium, to składowe, które choć mniej istotne niż samo głoszenie, muszą ze sobą współgrać w celu powstania profesjonalnych przekazów tworzonych z szacunkiem dla odbiorcy (także ze znajomością zagadnień psychologicznych i socjologicznych mechanizmów oddziaływania na człowieka). Podsumowując ten fragment rozważań, warto przytoczyć myśl wspomnianego Drożdża, który wskazuje na ważny moment ewangelicznego siania słowem:

Z biegiem czasu i zdobywanych doświadczeń coraz bardziej wzrasta odpowiedzialność za formę i treść audycji, za właściwe wykorzystanie czasu antenowego, za słuchacza, który słucha radia lub przestaje go słuchać lub znacznie go słuchać i, być może – nie wiemy kiedy i w jaki sposób – zakiełkuje w jego duszy myśl, która przeprowadzi go do Boga i skonfrontuje z innymi formami ewangelizacji i duszpasterstwa<sup>27</sup>.

## Media społecznościowe, blogi i vlogi tematyczne – multimedialność w komunikacji z użytkownikami mediów

Współcześni odbiorcy radia nie są pasywni jako publiczność zbiorowa (masowa), co wynikało nie tyle z dystansu radiosłuchaczy, ile z braku technicznych możliwości szybkiego kontaktu z medium, ale wykazują dużą aktywność jako użytkownicy zaangażowani w proces tworzenia czy oceny programu. Interaktywność potwierdza możliwość doświadczenia relacji z medium i prze-

27 M. Drożdż, *Radio Plus...*, dz. cyt., s. 31.

istoczenia się pasywnego odbiorcy w czynnego użytkownika, który staje się w pewnym sensie dostarczycielem treści, jak to jest w odniesieniu do blogerów, autorów komentarzy, uczestników forów internetowych, członków grup dyskusyjnych i społeczności internetowych<sup>28</sup>. „Wraz z przemianami technologicznymi następują również zmiany w korzystaniu z mediów. Formy odbioru mediów elektronicznych stają się coraz bardziej spersonalizowane, przede wszystkim dzięki zwiększonej interaktywności oferowanej przez dostawców treści. Stąd rosnąca popularność płatnych usług typu *pay-per-view* czy *video-on-demand*. Auditorium mediów staje się coraz bardziej rozproszone, odbiór sfragmentaryzowany i asynchroniczny – możliwy do przesunięcia w czasie, a korzystanie z mediów społecznie zróżnicowane. To ostatnie wydaje się dzisiaj najważniejsze. W otwartym społeczeństwie demokratycznym bowiem dostęp do mediów, a co za tym idzie – do informacji czy zaspokojenie potrzeby orientacji w otaczającym świecie, okazuje się jednym z najbardziej podstawowych praw człowieka jako obywatela. To prawo jest warunkiem niezbywalnym uczestnictwa w publicznej debacie”<sup>29</sup>.

Rozwój Sieci i tak zwanych usług nielinearnych wpisuje się w zjawisko multimedialności, co oznacza stosowanie różnych mediów i sposobów komunikowania (tekstu, animacji komputerowych, nagrań dźwiękowych, fotografii, kadrów filmowych, grafik i infografik itp.) oraz umożliwia korzystanie z przekazów multimedialnych opartych na:

- ♦ realizacji audio i wideo,
- ♦ użyciu kamer *live*,
- ♦ miksów i remiksów przekazów.

Można stwierdzić, że realizuje się wizja Derricka de Kerckhove’a, który stwierdził: „Elektroniczne media [...] rozszerzają naszą tożsamość poza granice osobiste, lokalne, czy nawet językowe”<sup>30</sup>. Zacierają się różnice pomiędzy kierunkowym procesem komunikowania a co najmniej dwukierunkowym procesem komunikowania się. Może on dotyczyć zarówno osób, realnie istniejących podmiotów, jak i innych bytów (także fikcyjnych). Multimedialność

28 Por. S. Jędrzejewski, *Polskie Radio wobec wyzwań technologicznych*, w: *Przyszłość dziennikarstwa radiowego*, red. B. Nierenberg, J. Kania, J. Kreft, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2016, s. 12.

29 S. Jędrzejewski, *Polskie Radio wobec wyzwań technologicznych*, dz. cyt., s. 13.

30 D. de Kerckhove, *Powłoka kultury*, Mikom, Warszawa 1996.

jest przejawem współczesnych procesów digitalizacji i możliwością multiplikowania oraz autokreacji w sposób nowoczesny różnych przekazów, także takich, które wcześniej funkcjonowały jako *stricte* radiowe.

Media społecznościowe, blogi i vlogi tematyczne to współczesne narzędzia ewangelizacji, o czym pisał między innymi Mirosław Chmielewski<sup>31</sup>, a także formy wsparcia promocji treści i przekazów ewangelicznych.

Nowa ewangelizacja to ważne i wielkie zadanie, jakie staje dziś przed Kościołem. Narzędzia nowych mediów w postaci mediów społecznościowych to nie tylko fenomen świata wirtualnego, ale to rzeczywistość, w której realnie żyje współczesny człowiek. Dlatego nową ewangelizację należy także prowadzić w i przez media społecznościowe. Dzięki temu Kościół buduje społeczność chrześcijańską na „cyfrowym kontynencie”, przekazuje jej aktualne wiadomości i informacje oraz wiedzę o wierze katolickiej. Ponadto media społecznościowe umożliwiają integrację ludzi zarówno w wymiarze narodowym, jak i wyznaniowym, oraz służą nawiązywaniu kontaktów z tymi osobami, które z różnych racji oddaliły się od Chrystusa i Kościoła. Obecność Kościoła w świecie mediów społecznościowych domaga się dalszych badań i naukowej refleksji. Spośród wielu zagadnień, jakie jawią się na horyzoncie podjętego tematu, można wymienić między innymi następujące: opracowanie kodeksów etycznych i prawnych wskazań dla chrześcijańskich liderów prowadzących działalność ewangelizacyjną w mediach społecznościowych, zbadanie recepcji treści ewangelizacyjnych u użytkowników nowych mediów, badania uwarunkowań pedagogiczno-dydaktycznych, generowanych przez nowe media w przekazie wiary dla *homo medialis*<sup>32</sup>.

Podsumowując, można powiedzieć, że współczesne radiostacje, w tym radia katolickie, stają wobec wielu wyzwań, także o charakterze technologicznym i cywilizacyjnym. Jak pisał Stanisław Jędrzejewski, odwołujący się do badań Józefa Wacnika<sup>33</sup>:

31 M. Chmielewski, *Media społecznościowe jako narzędzia nowej ewangelizacji*, „Świat i Słowo” 2014, 1(22), KUL, s. 213–229.

32 M. Chmielewski, *Media społecznościowe jako narzędzia nowej ewangelizacji*, dz. cyt., s. 221.

33 J. Wacnik, *Przyszłość dystrybucji informacji jako synteza możliwości technologicznych, potrzeb społecznych i różnorodności treści. Wyzwania związane z wdrażaniem cyfrowej emisji radiowej w Polsce*, Krajowa Konferencja Radiokomunikacji i Telewizji czerwiec 2014, Politechnika Warszawska 2014.

Jesteśmy dzisiaj świadkami mediamorfozy obejmującej jednocześnie przejście z technologii analogowej do cyfrowej oraz przejście do technologii informatycznej (IT). Dotyczy to wszystkich właściwie operacji dokonywanych na danych: ich gromadzenia i przechowywania, przetwarzania i dystrybucji. Odbývają się one obecnie w technice cyfrowej, w warunkach konwergencji klasycznego radia i telewizji z telekomunikacją i informatyką. Innymi słowy, przez połączenie atrybutów radia i telewizji oraz telefonu i komputera. Nowe technologie, ogólnie rzecz biorąc, charakteryzują się stosowaniem cyfrowego zapisu i przetwarzania sygnałów, interaktywnością, integracją różnych sieci i rozproszeniem. Wydaje się, że kluczowymi aspektami związanymi z dystrybucją treści są dzisiaj: mobilność urządzeń i aplikacji, internet zapewniający sieciowość i komunikację oraz rozwój narzędzi wspomagających generowanie treści, zarządzanie nimi oraz ich wymianę<sup>34</sup>.

Dokonująca się rewolucja technologiczna jest tak głęboka, że mówimy dzisiaj o zmierzchu „starych” mediów drukowanych i elektronicznych, a wyłanianiu się „nowych”. Promocja i wsparcie procesów ewangelizacyjnych na szeroką skalę możliwe są właśnie dzięki wykorzystaniu tych szans, jakie dają digitalizacja oraz multimedialność.

## Abstract

Contemporary media benefit from the unprecedented development of new information and communication technologies. This is due to the fact that the so-called traditional media, mainstream media, which include the press, radio, and television, combine in the process of convergence with new media, based on the flow of network data, and their integration in the last two decades has resulted in the change of manner in which we regard the radio, which is the subject of consideration in this article. This paper argues that it should be looked at from the perspective of widely understood media culture, even media civilization, as described by, among others, Drożdż in his book “Person and Media. A Personalistic Paradigm of Ethics in Media.” The article contains a set of ten measures regarding the properties of the radio medium as a tool

---

34 S. Jędrzejewski, *Polskie Radio wobec wyzwań...*, dz. cyt., s. 11.

for preaching the Word of God and is oriented towards applied research in the context of creating and running Catholic media with a role in evangelism.

Keywords: ethics, evangelization, radio, social media

## Bibliografia

- Adamski A., Jupowicz-Ginalska A., Kiciński A., Przywara B., Szewczyk M., *Online Live-Stream Broadcasting of the Holy Mass during the COVID-19 Pandemic in Poland as an Example of the Mediatisation of Religion: Empirical Studies in the Field of Mass Media Studies and Pastoral Theology*. *Religions* 12 (4) 2021, 261. ISSN 2077-1444. 10.3390/rel12040261, (24.03.2022).
- Badania Radiotrack*, <https://radiotrack.pl/opis-badania-radiotrack/> (12.05.2022).
- Bloch J., Wasilewski J., *Rola serwisów informacyjnych w tworzeniu wspólnoty z odbiorcą*, w: *Radio i społeczeństwo*, red. G. Stachyra, E. Pawlak-Hejno, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2011.
- Chmielewski M., Nowak M., Stanisz P., Szulich-Kałuża J., Wadowski D., *Komunikacja Kościoła katolickiego w Polsce w okresie pandemii Covid-19. Raport z badań interdyscyplinarnych*, Seria naukowa: Edukacja – Media – Teologia, Kraków 2022.
- Chmielewski M., *Media społecznościowe jako narzędzia nowej ewangelizacji*, „Świat i Słowo” 2014, 1(22), KUL, s. 213–229.
- Cymanow-Sosin K., *Radio Kraków jako medium cieszące się dużym zaufaniem społecznym – analiza serwisów informacyjnych*, „Studia Socialia Cracoviensia” 9 (2017) nr 2 (17), s. 53–72.
- de Kerckhove D., *Powłoka kultury*, Mikom, Warszawa 1996.
- Drożdż M., *Osoba i media. Personalistyczny paradygmat etyki mediów*, Tarnów 2005.
- Drożdż M., *Radio Plus Dobra Nowina*, Jedność, Tarnów 2003.
- Dyspensa w Metropolii Częstochowskiej z 13.03.2020*, <https://archiczesz.pl/zapowiedzi/dyspensa-od-obowiazku-niedzielnego-uczestnictwa-we-mszy-swietej,1584092896.html> (5.02.2022).
- Jędrzejewski S., *Polskie Radio wobec wyzwań technologicznych*, w: *Przyszłość dziennikarstwa radiowego*, red. B. Nierenberg, J. Kania, J. Kreft, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2016.

- Jupowicz-Ginalska A., Szewczyk M., Kiciński A., Przywara B., Adamski A., *Dispensation and Liturgy Mediated as an Answer to COVID-19 Restrictions: Empirical Study Based on Polish Online Press Narration. Religions*, 12 (2) 2021, 127. MDPI AG. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.3390/rel12020127>, <https://www.mdpi.com/2077-1444/12/2/127>, (24.03.2022).
- Papieska Rada ds. Środków Społecznego Przekazu, *Etyka w mediach*, 18.
- Pisarek W., *Słownik terminologii medialnej*, Kraków 2008.
- Przygoda W., *Preewangelizacja – ekstrawagancja czy pastoralna konieczność*, w: Peryferie wiary wyzwaniem dla Kościoła, red. W. Przygoda, M. Fijałkowski, Lublina 2015, s. 165–173.
- Przywara M., Szewczyk M., Adamski A., Kiciński A., Jupowicz-Ginalska A., *Raport pt. „Opinie i duchowe potrzeby religijne Polaków w zakresie uczestnictwa online w wydarzeniach religijnych podczas pandemii COVID-19 (marzec 2020-kwiecień 2021)”*, Rzeszów 2021 [https://wsiz.edu.pl/wp-content/uploads/2021/12/Raport\\_2021.pdf](https://wsiz.edu.pl/wp-content/uploads/2021/12/Raport_2021.pdf) (24.03.2022).
- Reevers B., Nass C., *Media i ludzie*, Warszawa 2000, s. 294.
- Senn J. A., *Information Systems in Management*, Wadsworth CA 1990.
- Sluchalność radia 2021 rok zasięg radia analiza opinie (wirtualnemedial.pl)*, <https://blog.wirtualnemedial.pl/arttykul/sluchalnosc-radia-2021-rok-zasieg-radia-analiza-opinie> (14.02.2022).
- Stachyra G., *Radio jako przestrzeń dla rytuału*, „Media. Kultura. Komunikacja Społeczna” 2013, nr 9.
- Wacnik J., *Przyszłość dystrybucji informacji jako synteza możliwości technologicznych, potrzeb społecznych i różnorodności treści. Wyzwania związane z wdrażaniem cyfrowej emisji radiowej w Polsce*, Krajowa Konferencja Radiokomunikacji i Telewizji czerwiec 2014, Politechnika Warszawska 2014.
- Wyrzykowska K. M., *Radio jako medium (raporty z badań)*, <http://wyrzykowska.net/radio-jako-medium-raporty-z-badan/> (11.12.2019).






Urszula Dyrz

Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie

 <https://orcid.org/0000-0002-8678-3434>

## **„Przyjdźcie do mnie wszyscy...” – media społecznościowe jako przestrzeń ewangelizacji ludzi młodych**

 <https://doi.org/10.15633/9788363241827.05>

Media społecznościowe to przestrzeń, do której przeniesiony został niemal każdy aspekt ludzkiego życia. Dziś media te służą nie tylko rozrywce, lecz także edukacji, budowaniu tożsamości społecznych i poszerzaniu horyzontów. Nie jest również niespodzianką, że grupą najchętniej korzystającą z mediów społecznościowych są ludzie młodzi. To właśnie oni, w głównej mierze, podejmują wirtualną edukację, budują wirtualne relacje oraz szukają wirtualnej rozrywki. W niniejszym artykule omówione zostanie zagadnienie ewangelizacji z wykorzystaniem takich platform, jak Instagram, Facebook, YouTube, TikTok, oraz aplikacji mobilnych. Nie ma dziś bowiem lepszej ścieżki w dotarciu do ludzi młodych niż media społecznościowe.

W kolejnych częściach niniejszego artykułu czytelnik zostanie przeprowadzony przez przykładowe profile w wybranych platformach społecznościowych i aplikacjach mobilnych, których główną misją jest szerzenie słowa Bożego, dawanie świadectwa wiary oraz pielęgnowanie podstawowych wartości chrześcijańskich. Podsumowaniem rozważań jest ankieta przeprowadzona wśród młodzieży licealnej, mająca na celu ukazanie ich postrzegania skuteczności wykorzystywania mediów społecznościowych oraz aplikacji mobilnych w ewangelizowaniu młodego pokolenia.

## Status mediów społecznościowych

Współczesny świat został zdominowany przez postęp technologiczny. Jednym z następstw wszechobecnej cyfryzacji są media społecznościowe. Dzisiaj niemal każdy posiada swoje konto w takich serwisach, jak: Instagram, Twitter, YouTube czy też Facebook. To właśnie te platformy w pierwszej kolejności kojarzą się z pojęciem „social media”. Okazuje się jednak, że definicja mediów społecznościowych jest szersza. *Słownik Języka Polskiego pwn* definiuje je jako

technologie internetowe i mobilne, umożliwiające kontakt pomiędzy użytkownikami poprzez wymianę informacji, opinii i wiedzy<sup>1</sup>.

Najpopularniejszą i najbardziej powszechną definicję mediów społecznościowych opracowali Andreas Kaplan i Michael Haenlein, przedstawiając je jako

grupę bazujących na internetowych rozwiązaniach aplikacji, które opierają się na ideologicznych i technologicznych podstawach WEB 2.0 i które umożliwiają tworzenie i wymianę wygenerowanych przez użytkowników treści<sup>2</sup>.

Kolejną osobą, która podjęła próbę opisanie mediów społecznościowych, jest Paul Levinson. Amerykański profesor w swojej książce *Nowe nowe media* pisze o mediach społecznościowych w następujący sposób:

Wszystkie nowe nowe media mają charakter społecznościowy – komentowanie wpisów czy filmów na czyimś blogu jest przecież formą aktywności w obrębie grupy. Jednak niektóre nowe nowe media z założenia pełnią funkcję społecznościową: ich podstawowym celem jest łączenie ludzi, budowanie relacji<sup>3</sup>.

1 Definicja pojęcia *Media społecznościowe* według *Słownika Języka Polskiego pwn*, <https://sjp.pwn.pl/> (1.06.2022).

2 A. Roguski, *Zrozumieć social media*, Gliwice 2020, Wydawnictwo OnePress, s. 15.

3 P. Levinson, *Nowe nowe media*, Kraków 2010, Wydawnictwo WAM, s. 18.

Ponadto do mediów społecznościowych zalicza się także takie platformy, jak fora dyskusyjne, aplikacje randkowe, komunikatory i gry online. Najprościej mówiąc: media społecznościowe to wszystkie te wirtualne przestrzenie, które umożliwiają publikowanie treści, nawiązywanie kontaktu z innymi internautami oraz budowanie wirtualnych społeczności opartych na mniej lub bardziej zaangażowanych relacjach<sup>4</sup>.

Aby zrozumieć dzisiejszy fenomen mediów społecznościowych, warto przyjrzeć się ich historii. Pierwsze portale powstały w latach 90. XX wieku. W 1997 roku na amerykańskim rynku medialnym pojawił się portal Six Degrees, który w szczytowym momencie popularności osiągnął liczbę 3,5 miliona zarejestrowanych użytkowników. Przetrwał jednak jedynie trzy lata i w roku 2000 ogłoszono jego zamknięcie. W kolejnych latach powstały takie platformy, jak Friendster (2002), Myspace (2003), LinkedIn (2003), Facebook (2004), YouTube (2005) oraz Twitter (2006). W 2009 roku natomiast oddano do użytku internautów platformę WhatsApp, w 2010 — Instagram, a w 2011 — Snapchat. Jedną z najnowszych platform społecznościowych jest, powstały w 2016 roku, TikTok. W Polsce natomiast warto zwrócić uwagę na jeszcze dwa media społecznościowe — Fotka.pl (2001) oraz Nasza Klasa (2008)<sup>5</sup>. Spośród wymienionych platform społecznościowych do dziś największą popularnością cieszą się: Facebook, Instagram, YouTube oraz TikTok.

## Facebook

Facebook, czyli jedna z najpopularniejszych platform społecznościowych, działa na podstawie dwóch głównych zasad:

1. Pozwala w łatwy sposób znaleźć znajomych za pomocą swojej wyszukiwarki.
2. Umożliwia udostępnianie zasobów — tekstowych, wizualnych i audio-wizualnych.

---

4 Zob. A. Roguski, *Zrozumieć social media*, Gliwice 2020, Wydawnictwo OnePress, s. 15.

5 Zob. A. Roguski, *Zrozumieć social media*, Gliwice 2020, Wydawnictwo OnePress, s. 20–21.

Patrząc na powyższe, można w bardzo łatwy sposób określić podstawowy cel Facebooka, a jest nim dzielenie się życiem osobistym w Sieci. Facebook doczekał się również swojej definicji. W *Słowniku SEO/SEM* zamieszczonym na platformie *kompan.pl* można przeczytać takie oto wyjaśnienie, czym jest ta popularna platforma społecznościowa:

Facebook (FB) to jedna z najbardziej popularnych platform społecznościowych na świecie. [...] Pozwala użytkownikom publikować zdjęcia, grafiki, filmy czy linki do stron zewnętrznych, wymieniać się wiadomościami, tworzyć grupy, wydarzenia, transmisje live... Platforma stale się rozwija i z każdym rokiem dostarcza użytkownikom coraz więcej nowych możliwości. Początkowo głównym celem Facebooka było umożliwienie komunikacji i dostarczenie rozrywki użytkownikom. Obecnie Facebook jest niezwykle istotnym kanałem komunikacji – firmy prowadzą swoje profile i publikują angażujące treści, by docierać do swojej grupy docelowej<sup>6</sup>.

Jak zatem można wywnioskować z tejże definicji, pierwotne założenia Facebooka znacznie ewoluowały. Dziś jest to nie tylko platforma społecznościowa, lecz także przestrzeń marketingowa. Oczywiście nadal działa na podstawie tekstowych, wizualnych oraz audiowizualnych form, jednak ich przekaz zdecydowanie nabrał wartości biznesowych. Stał się kolejną medialną przestrzenią umożliwiającą wymianę informacji – nie tylko tych prywatnych. Dzisiaj ta platforma odgrywa istotną rolę w wielu aspektach ludzkiego życia. Poprzez Facebooka przebiegają procesy socjalizacji, edukacji i zaspokajania potrzeby rozrywki.

## Instagram

Kolejną platformą społecznościową jest Instagram. Powołując się na przywołany wcześniej *Słownik SEO/SEM*, definicja tego medium społecznościowego prezentuje się następująco:

---

6 Definicja pojęcia *Facebook* według *Słownika SEO/SEM*, <https://kompan.pl/> (1.06.2022).

Instagram (IG lub Insta) to jedna z najbardziej popularnych platform społecznościowych. To aplikacja przeznaczona głównie do dzielenia się atrakcyjnymi wizualnie treściami – głównie zdjęciami, ale też grafikami czy filmami. Instagram stworzony został przede wszystkim z myślą o użytkownikach urządzeń mobilnych – z Instagrama korzysta się głównie za pośrednictwem smartfona. [...] Użytkownik może zobaczyć taki post w feedzie (stronie głównej aplikacji), jeśli obserwuje dany profil lub używając hashtagów – wyświetlają mu się wówczas posty, które zostały „przypięte” pod dany hashtag (znacznik, określające tematykę posta). W aplikacji możemy obserwować profile prywatne (np. członków rodziny lub znajomych) lub profile firmowe, prowadzone np. przez marketerów pracujących w danej firmie. [...] Instagram nie jest już jedynie aplikacją do publikowania zdjęć z narzuconymi filtrami – jest potężnym narzędziem marketingowym, uwzględnianym w strategii komunikacji wielu firm<sup>7</sup>.

Jak zatem można wywnioskować z tej definicji, Instagram już z założenia jest przestrzenią od samego początku nastawioną na działania marketingowe i przedsiębiorcze. Panuje na nim kultura obrazu i filmu, a treści tekstowe ograniczają się praktycznie jedynie do opisów pod kolejnymi postami. Instagram, podobnie jak Facebook, może służyć jako pamiętnik do dzielenia się ze znajomymi fragmentami życia prywatnego, jednak zdecydowanie częściej jest wykorzystywany przez tak zwanych *influencerów* do budowania marki osobistej.

## YouTube

Trzecią platformą społecznościową, której funkcjonowanie nieco różni się od dwóch poprzednich, jest YouTube. W tym przypadku definicja w *Słowniku SEO/SEM* jest zdecydowanie krótsza:

YouTube – serwis należący do Google, dzięki któremu użytkownicy internetu mogą w nim bez opłat umieszczać i odtwarzać strumieniowo filmy i muzykę. YouTube umożliwia także ich ocenianie i komentowanie. Użytkownicy serwisu mogą też tworzyć własne

---

7 Definicja pojęcia *Instagram* według *Słownika SEO/SEM*, <https://kompan.pl/> (1.06.2022).

kanaly i playlisty. Dzięki wbudowanej wyszukiwarce serwis YouTube umożliwia również pozycjonowanie filmów (vSEO)<sup>8</sup>.

YouTube jest platformą społecznościową, ponieważ umożliwia budowanie społeczności w Sieci. Nie działa jednak na takich samych zasadach, jak chociażby Facebook czy Instagram, aczkolwiek również opiera się na kulturze audiowizualnej. W serwisie YouTube kluczowe są obraz oraz dźwięk. To właśnie za pomocą filmów internauta opowiada swoją historię, dzieli się z odbiorcami swoim życiem oraz buduje swoją markę osobistą.

## TikTok

TikTok jest najmłodszą i najchętniej dziś użytkowaną platformą społecznościową. W Polsce zainteresowanie tym medium nasiliło się podczas pandemii COVID-19, kiedy to internauci szukali ucieczki od trudnej, epidemiologicznej sytuacji. Podążając za *Słownikiem SEO/SEM*, TikTok można zdefiniować następująco:

TikTok jest aplikacją stworzoną przez chińską firmę Bytedance. [...] Stosunkowo szybko zdobył ogromną popularność – w 2020 roku była to najchętniej pobierana aplikacja na świecie. TikTok pozwala nagrywać krótkie filmiki 15 lub 60 sekundowe. W 2021 roku twórcy platformy wprowadzili możliwość nagrywania dużych, maksymalnie 3-minutowych video. Do tworzonych przez użytkowników video, można wykorzystać różnego rodzaju dodatkowe efekty i dźwięki. Najważniejsza część interfejsu aplikacji to strona In-Feed, czyli Dla Ciebie, gdzie codziennie wyświetlane są nowe treści, dopasowane do preferencji użytkownika. Znajdziemy tam także ikonę serduszka – odpowiadającą za polubienia, komentarze, udostępnienia, link do profilu autora filmu oraz tytuł wykorzystanego dźwięku. Kluczowym przyciskiem jest znak „+”, dzięki któremu i my możemy zostać TikTokerami, nagrywając własne, unikalne treści<sup>9</sup>.

---

8 Definicja pojęcia *YouTube* według *Słownika SEO/SEM*, <https://kompan.pl/> (1.06.2022).

9 Definicja pojęcia *TikTok* według *Słownika SEO/SEM*, <https://kompan.pl/> (1.06.2022).

Jak zatem wynika z definicji, tutaj również przeważa kultura audiowizualna. Można powiedzieć, że TikTok jest połączeniem Instagrama (podobny format *feedu*) oraz YouTube (komunikacja oparta na filmach).

Powyższe media społecznościowe znalazły swoje zastosowanie także w obszarze ewangelizacyjnym, co zostanie zaprezentowane w dalszej części niniejszego artykułu.

## Ewangelizacja w mediach społecznościowych

W pierwszej części artykułu zostały przybliżone zasady funkcjonowania podstawowych mediów społecznościowych. W drugim punkcie natomiast omówiono sposoby szerzenia słowa Bożego oraz docierania z działaniami ewangelizacyjnymi do ludzi młodych na konkretnych przykładach. Zważywszy na zaangażowanie młodzieży w działania w mediach społecznościowych, za przykłady posłużą profile na Facebooku, Instagramie, YouTube oraz TikToku.

### Instagram — Początek Wieczności

Instagramowy profil [@poczatekwiecznosci.pl](https://www.instagram.com/poczatekwiecznosci.pl) jest prowadzony przez młode małżeństwo — Monikę i Marcina Gomułek. W BIO<sup>10</sup> profilu *Początek Wieczności* można przeczytać:

*Tu Monia i Marcin.*

*Adaś, Zuzia, Alicja.*

*DOM, małżeństwo, rodzicielstwo.*

*Wiara, Nadzieja, MIŁOŚĆ<sup>11</sup>.*

Profil *Początek Wieczności* powstał w 2016 roku i od tamtej pory do 2 czerwca 2022 roku zostało na nim zamieszczonych 928 postów. Treści publikowane przez Monikę i Marcina Gomułek są poświęcone wierze w Boga oraz

---

10 BIO — opis profilu w serwisie Instagram. Każdy instagramer może ustawić własny opis [przyp. autorka].

11 BIO [@poczatekwiecznosci.pl](https://www.instagram.com/poczatekwiecznosci.pl/) w serwisie Instagram, <https://www.instagram.com/poczatekwiecznosci.pl/> (2.06.2022).

pielęgowaniu podstawowych wartości chrześcijańskich. Istotą profilu jest ukazywanie tradycyjnego modelu rodziny, składającego się z męża, żony oraz dzieci. Konto *Początek Wieczności* obserwuje ponad 91 000 instagramerów (stan na dzień 2 czerwca 2022), którzy w czynny sposób udzielają się pod kolejnymi postami.

**Rycina 1.** Przykładowy post na profilu *@poczatekwiecznosci.pl* w serwisie Instagram



Źródło: <https://www.instagram.com/poczatekwiecznosci.pl/> (post z 15.05.2022)

## YouTube — Studio Raban

*Studio Raban* to telewizyjny program skierowany do ludzi młodych. Regularne odcinki można oglądać od 2017 roku na platformie TVP VOD. Jak można przeczytać w opisie programu:

„Studio Raban” to pytania niedające spokoju, wątpliwości, z którymi warto się zmierzyć, to historie młodzi, która swoim życiem i działaniem inspiruje innych. Z niektórymi bohaterami spotykamy się w ich świecie, a z innymi w klimatycznych kawiarniach. W „Studio Raban” spotykamy się też z autorytetami, które z młodzieżą rozmawia-



ją o sprawach ważnych. W programie goszczą bohaterowie z Polski jak i z zagranicy. Program jest dziełem Redakcji Programów Katolickich TVP<sup>12</sup>.

W 2021 roku powstał również kanał *Studia Raban* w serwisie YouTube. Tam można obejrzeć dodatkowe materiały, ukazujące niejako działania ekipy *Studia Raban* za kulisami. Kanał na dzień 2 czerwca 2022 podzielony jest na siedem playlist:

1. Rekolekcje wielkopostne „Złap oddech”,
2. Studio Raban TALKS,
3. Q&A’s,
4. Studio Raban STORIES,
5. Studio Raban VLOGS,
6. Studio Raban VIBES,
7. CAŁE ODCINKI.

Kanał *Studio Raban* w serwisie YouTube na dzień 2 czerwca 2022 posiada ponad 1000 subskrybentów, którzy są zaangażowani w komentarzach pod kolejnymi materiałami wideo.

**Rycina 2.** Plansza wejściowa filmu z serii *Studio Raban Talks*



Źródło: <https://www.youtube.com/c/StudioRaban> (film z 25.10.2021)

12 Opis programu *Studio Raban* w serwisie VOD TVP, <https://vod.tvp.pl/> (2.06.2022).

## Facebook – Duszpasterstwo Młodzieży Archidiecezji Krakowskiej

Facebookowy profil Duszpasterstwa Młodzieży Archidiecezji Krakowskiej jest prowadzony w aktywny sposób przez osoby należące do duszpasterstwa. Co kilka dni pojawiają się nowe posty informujące o bieżących wydarzeniach w archidiecezji krakowskiej i mające na celu szerzenie słowa Bożego. W informacjach o profilu możemy przeczytać:

Duszpasterstwo Młodzieży działa na rzecz młodzieży katolickiej, zarówno członków wszelakich ruchów i wspólnot młodzieżowych, jak i wszystkich niezrzeszonych, którzy szukają w grupie ducha Bożego. Realizujemy różne projekty, spotkania, szkolenia, wyjazdy ogólnodiecezjalne, koncerty i wszelką aktywność duchową<sup>13</sup>.

Obecnie (stan na dzień 2 czerwca 2022) profil ten obserwuje ponad 2600 osób. Zaangażowanie internautów jest znikome, aczkolwiek zauważalne. Najczęściej komentują oni bądź reagują na posty będące relacjami z konkretnych wydarzeń. Na profilu *Duszpasterstwo Młodzieży Archidiecezji Krakowskiej* można zaobserwować także liczne udostępnienia postów publikowanych na innych profilach – między innymi na profilu archidiecezji krakowskiej czy też profilach duszpasterstw młodzieży poszczególnych dekanatów.

**Rycina 3.** Zdjęcie w tle na profilu *Duszpasterstwo Młodzieży Archidiecezji Krakowskiej*



Źródło: <https://www.facebook.com/mlodzi.diecezja> (zdjęcie ustawione 11.01.2022)

13 Informacje o profilu *DMAK* w serwisie Facebook, <https://www.facebook.com/mlodzi.diecezja> (2.06.2022).

## TikTok — Lesscalm

TikTok, czyli najmłodsze z omawianych w niniejszym artykule mediów społecznościowych, także zostało zagospodarowane w obszarach ewangelizacyjnych. Przykładem profilu poświęconego szerzeniu słowa Bożego jest konto widniejące pod nazwą *@lesscalm*, prowadzone przez 18-letnią Gabrysię. Nastolatka, w swoich mediach społecznościowych, daje świadectwo swojej wiary. Jak sama o sobie pisze:

Jestem „niedzielną” katoliczką od urodzenia, ale Bóg odnalazł mnie w 2020 roku!  
Od tego momentu zaczęłam współpracować i troszczyć się o naszą relację<sup>14</sup>.

Na swoim tiktokowym profilu zamieszcza takie filmy, jak:

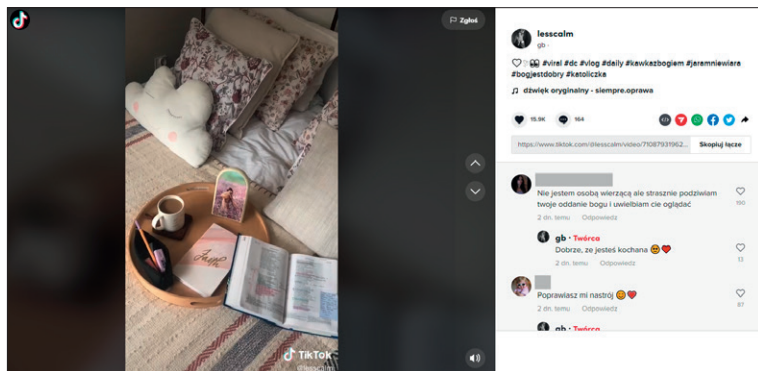
- seria: *Kawka z Bogiem*, czyli filmy ukazujące, jak Gabrysia rozważa słowo Boże, oddaje się modlitwie i adoracji,
- seria: *Jak prowadzić dziennik z rozważaniem Słowa Bożego*,
- seria z poleceniami literackimi i filmowymi poruszającymi tematykę wiary.

Oprócz tego Gabrysia zamieszcza liczne filmy ukazujące życie typowej nastolatki, takie jak *haule zakupowe* czy też propozycje stylizacji na różne okazje (pierwsza komunია święta, ślub, chrzciny). Chętnie także odpowiada na komentarze internautów — również te nieprzychylnie, krytykujące jej wiarę i postawę. Jej odpowiedzi są zawsze poparte odpowiednimi argumentami. W całej swojej medialnej komunikacji i medialnym świadectwie swojej wiary jest autentyczna, nikomu niczego nie próbuje narzucić. Jej postawa oraz sposób prowadzenia profilu w serwisie TikTok są proste, estetyczne i miłe dla oka i ucha.

---

14 Instagram *@lesscalm*, wyróżniona relacja „kim jestem...” (2.06.2022).

Rycina 4. Kadr z filmu @lesscalm w serwisie TikTok



Źródło: <https://www.tiktok.com/@lesscalm> (film z 13.06.2022)

Przykłady wykorzystywania mediów społecznościowych w celach ewangelizacyjnych są dowodem na to, że Instagram, Facebook, TikTok oraz YouTube są dobrą przestrzenią do szerzenia słowa Bożego. Obecność tematyki wiary w mediach społecznościowych nie jest niczym nowym. Jest natomiast doskonałą ścieżką trafienia z takim przekazem do ludzi młodych. Instagramowy profil *Początek Wieczności* opierający swoją komunikację na tradycyjnym modelu rodziny, *Studio Raban* dające głos młodym w serwisie YouTube, *Duszpasterstwo Młodzieży* podejmujące liczne akcje związane z wiarą oraz tiktokerka *Lesscalm* dająca swoje prywatne świadectwo to tylko krople w morzu wartościowych profili, których pośrednim lub bezpośrednim celem jest ewangelizacja.

## Ewangelizacja z wykorzystaniem aplikacji

Media społecznościowe to tylko jeden z pomysłów na dotarcie ze słowem Bożym do przedstawicieli młodszych pokoleń. Drugim sposobem na zainteresowanie ludzi młodych wiarą w Boga są wirtualne aplikacje. W erze, w której smartfon jest niemalże przedłużeniem ludzkiej ręki, takie aplikacje mają ogromny potencjał.

## Rachunek sumienia

Pierwszą aplikacją dostępną na urządzenia mobilne jest *Rachunek sumienia*. Jest to aplikacja wspierająca wiernych w przygotowaniu się do sakramentu pokuty. Wariantów tej aplikacji można znaleźć co najmniej kilka, a każdy z nich oferuje następujące możliwości:

- ♦ rachunek sumienia dla dzieci,
- ♦ rachunek sumienia młodzieży,
- ♦ rachunek sumienia dorosłych,
- ♦ rachunek sumienia dla konkretnych grup społecznych (małżeństwa, osoby duchowne itp.).

Wszystkie aplikacje figurujące pod nazwą *Rachunek sumienia* zawierają opis obrzędu spowiedzi oraz modlitwy jej towarzyszące, nauki Katechizmu Kościoła Katolickiego mówiące o sakramencie pokuty, a także zbiór innych podstawowych modlitw katolickich. Na dzień 15.06.2022 najpopularniejszą aplikacją w *Google Play* jest *Rachunek sumienia* autorstwa Dev Buzz Team — aplikacja przygotowana przez dominikanów z redakcji miesięcznika „*W drodze*”<sup>15</sup>.

## Biblia

Kolejne aplikacje poświęcone ewangelizacji to wirtualne Pisma Święte. W sklepie *Google Play* można znaleźć ich co najmniej kilkanaście. Do najpopularniejszych zaliczyć można:

- ♦ *Biblia + Audio* autorstwa Life.Church, ponad 100 milionów pobrań,
- ♦ *Aplikacja Biblii dla Dzieci* autorstwa Life.Church, ponad 50 milionów pobrań,
- ♦ *Pismo Święte* autorstwa Zespołu Pismo Święte, ponad milion pobrań,
- ♦ *Biblia Tysiąclecia* autorstwa NiniwaIT, ponad 10 tysięcy pobrań<sup>16</sup>.

---

15 Aplikacja *Rachunek sumienia* w wirtualnym sklepie *Google Play*, <https://play.google.com/> (15.06.2022).

16 Aplikacje znajdujące się pod pojęciem *Biblia* w wirtualnym sklepie *Google Play*, <https://play.google.com/> (15.06.2022).

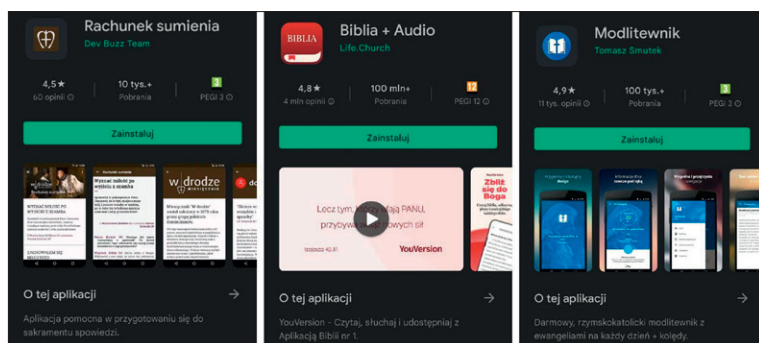
Powyższe aplikacje zawierają tekst Pisma Świętego dostępny w wersji elektronicznej oraz, w większości, komentarze do poszczególnych fragmentów. *Biblia dla Dzieci* dodatkowo wzbogacona jest ilustracjami, które mają ułatwić najmłodszym wiernym zrozumienie słowa Bożego. Dostęp do Biblii w formie elektronicznej umożliwia sięganie po słowo Boże w każdym miejscu i czasie. Jest sporym ułatwieniem w praktykowaniu wiary oraz podejmowaniu działań ewangelizacyjnych.

## Modlitewnik

Trzecim rodzajem wirtualnych aplikacji poświęconych szerzeniu słowa Bożego i dbaniu o rozwój duchowy są modlitewniki. Trzy najpopularniejsze aplikacje kryjące się pod pojęciem *Modlitewnik* w wirtualnym sklepie *Google Play* to:

- *Modlitewnik* autorstwa MB4ANDROID, ponad 500 tysięcy pobrań,
- *Modlitewnik* autorstwa Tomasza Smutka, ponad 100 tysięcy pobrań,
- *Modlitewnik Maryjny* autorstwa Pray Click, ponad tysiąc pobrań<sup>17</sup>.

Rycina 5. Ewangelizacja poprzez aplikacje



Źródło: <https://play.google.com/>

<sup>17</sup> Aplikacje znajdujące się pod pojęciem *Modlitewnik* w wirtualnym sklepie *Google Play*, <https://play.google.com/> (15.06.2022).

Aplikacje działają na zbliżonej zasadzie: zawierają liczne modlitwy, ewangelie, czytania oraz psalmy na każdy dzień, mały katechizm, rachunek sumienia i teksty pieśni kościelnych, kolęd i pastorałek. Dodatkowo oferują możliwość dodawania własnych modlitw, ustawiania przypomnień o modlitwie i wprowadzania własnych intencji. Większość z nich działa także w trybie *offline*, co poszerza zakres możliwości korzystania z aplikacji.

Zaprezentowane aplikacje to tylko przykłady wykorzystywania nowych technologii w działaniach ewangelizacyjnych. Oczywiście jest fakt, że nic nie zastąpi realnej modlitwy w miejscu do tego przeznaczonym bądź rozważania słowa Bożego, trzymając w ręku Pismo Święte czy też modlitewnik, jednak takie elektroniczne formaty Biblii czy też teksty modlitw dostępne w smartfonie sprawiają, że wierni mogą oddawać się modlitwie w każdym miejscu i każdym momencie. Taka forma jest również przystępniejsza dla ludzi młodych, którzy niemal nie rozstają się ze swoimi smartfonami. Patrząc na powyższe przykłady, można stwierdzić, że również wiara i Kościół idą z duchem czasu i poddają się postępowi technologicznemu.

## Media społecznościowe jako przestrzeń ewangelizacji ludzi młodych — badania z wykorzystaniem kwestionariusza ankietowego

Głównym celem niniejszego artykułu było przedstawienie nowoczesnych form i kanałów ewangelizacji skierowanych głównie do ludzi młodych. Aby jednak nie poprzestać na samych przykładach zaczerpniętych z Sieci, przeprowadzono krótkie badanie ankietowe. Trzydziestu uczniów szkoły średniej zostało zapytanych o ich stosunek do wykorzystywania mediów społecznościowych oraz aplikacji mobilnych w przestrzeniach ewangelizacyjnych. Poniżej pokrótce omówiono odpowiedzi na zadane pytania.

Pierwsze pytanie odnosiło się do samego pojęcia *ewangelizacja* i tego, jak młodzi ludzie je rozumieją. Wśród najciekawszych odpowiedzi warto zwrócić uwagę na pięć poniższych:

1. *Ewangelizacja jest dla mnie dzieleniem się wiarą w Boga i radością wynikającą z miłości bliźniego i życia zgodnie z wartościami przekazywanymi przez Jezusa w Ewangelii.*
2. *Rozpowszechnianiem tego, co jest związane z wiarą i kościołem/ głoszenie Ewangelii (Dobrej Nowiny).*
3. *To nauczanie według Pisma Świętego które ma na celu przybliżyć ludzi do Boga.*
4. *Pokazywaniem wiary innym, opowiadaniem o Jezusie.*
5. *Nauka o Ewangelii nauczanej przez Pana Jezusa.*

Jak zatem widać – ilu respondentów, tyle różnych definicji ewangelizacji. Wszystkie jednak oscylują wokół tego, czym faktycznie ewangelizacja jest. Zgodnie ze *Słownikiem Języka Polskiego PWN* ewangelizacja to „*propagowanie głównych kanonów wiary chrześcijańskiej, a przede wszystkim nauki o Jezusie*”<sup>18</sup>. Zatem można stwierdzić, że licealiści znają i rozumieją to pojęcie w sposób poprawny.

Kolejne pytanie dotyczyło kwestii obserwowania profili poświęconych ewangelizacji w mediach społecznościowych. Okazało się, że praktycznie połowa ankietowanych (14 z 30 osób) obserwuje konta związane z wiarą chrześcijańską. 16 respondentów zaznaczyło odpowiedź, że nie obserwuje takich profili w żadnym z mediów społecznościowych.

Pytanie trzecie poświęcone było bardziej szczegółowym zagadnieniom i brzmiało następująco: *Influencerzy związani z wiarą chrześcijańską często prowadzą swoje profile w oparciu o pewne wartości. Z którymi z tych wartości spotkałaś/spotkałeś się w mediach społecznościowych?* Respondenci mogli wybrać wiele opcji, a wśród trzech najczęściej przez nich wskazywanych były:

- Wiara w Boga – 24 odpowiedzi,
- Miłość do bliźniego – 23 odpowiedzi,
- Pokój i sprawiedliwość – 17 odpowiedzi.

Aby sprawdzić, czy respondenci są zorientowani na temat influencerów związanych z ewangelizacją w mediach społecznościowych, poproszono ich o wymienienie nazwisk bądź nazw profili osób, które zajmują się głoszeniem słowa Bożego w mediach społecznościowych. Było to pytanie dodatkowe, nie-

<sup>18</sup> Definicja pojęcia *ewangelizacja* według *Słownika Języka Polskiego PWN*, <https://sjp.pwn.pl/> (15.06.2022).



obowiązkowe i uzyskano na nie 19 odpowiedzi. Osoby, które najczęściej pojawiały się w odpowiedziach ankietowanych, to: *Początek Wieczności*, *Lexy Chaplin*, *Langusta na palmie*, *Lesscalm* oraz liczne profile księży w serwisie TikTok. Jak zatem widać, licealiści znają również omawiane w niniejszym artykule przykłady i zdają sobie sprawę z ich działań ewangelizacyjnych.

Kolejna kwestia dotyczyła korzystania z aplikacji związanych z wiarą i ewangelizacją. W tym przypadku proporcje odpowiedzi TAK–NIE prezentowały się następująco:

1. Respondenci, którzy korzystają z takich aplikacji — 9 osób,
2. Respondenci, którzy nie korzystają z takich aplikacji — 21 osób.

Nie było zaskoczeniem, że większość licealistów nie korzysta z aplikacji typu *Biblia*, *Modlitewnik* czy też *Rachunek sumienia*. Niestety niewielu z nich w ogóle wie o istnieniu takich aplikacji i o możliwościach, jakie oferują. Pozytywnym jednak zaskoczeniem był fakt, że 30% ankietowanych zna te aplikacje i z nich korzysta. Jest to dobry krok w stronę ich rozpowszechnienia.

Dwa ostatnie pytania były poświęcone subiektywnej ocenie mediów społecznościowych oraz aplikacji mobilnych jako przestrzeni ewangelizacyjnej oczami licealistów. W związku z powyższym pierwsze pytanie brzmiało: *Czy uważasz, że social media są dobrą przestrzenią ewangelizacyjną?* Odpowiedzi respondentów zilustrowane za pomocą danych liczbowych prezentują się następująco:

- ♦ Tak — 14 osób (46,7%),
- ♦ Nie — 3 osoby (10%),
- ♦ Nie mam zdania — 13 osób (43,3%).

Drugie pytanie, także poświęcone subiektywnej ocenie respondentów, brzmiało: *Czy uważasz, że aplikacje mogą w skuteczny sposób zastąpić tradycyjne formy i praktyki związane z pielęgnowaniem wiary chrześcijańskiej?* W tym przypadku odpowiedzi ankietowanych prezentują się w taki oto sposób:

- ♦ Tak, są pomocne i ułatwiają praktykowanie oraz pielęgnowanie wiary (nie trzeba na przykład zabierać ze sobą modlitewnika, ponieważ można mieć go w telefonie) — 6 osób (20%).
- ♦ Tak, ale formy tradycyjne bardziej do mnie przemawiają (na przykład czytanie Pisma Świętego w formie papierowej, a nie elektronicznej) — 12 osób (40%).

- Nie, niestety prowadzą do większego rozproszenia uwagi i uniemożliwiają odpowiednie skupienie się — 7 osób (23,3%).
- Nie mam zdania — 5 osób (16,7%).

## Podsumowanie i wnioski z badań

Media społecznościowe oraz aplikacje mobilne to niewątpliwie jedne z powszechniejszych dorobków technologicznych dzisiejszych czasów. Zarówno z jednych, jak i z drugich korzystają miliony użytkowników na całym świecie. Również polska młodzież chętnie korzysta z dobrodziejstw, jakie oferują media społecznościowe czy też liczne aplikacje mobilne.

Proces ewangelizacji, znany społeczeństwu do tej pory z kościelnej ambo-ny oraz lekcji religii, wkroczył także do Sieci. Dziś można posłuchać nauczania osób związanych z Bogiem w swoich smartfonach czy też poprzez inne urządzenia elektroniczne. Okazuje się także, że wiele osób tworzących w Sieci poświęca swój kontent w całości bądź w dużej mierze właśnie głoszeniu słowa Bożego. Tacy influencerzy, w mniejszym bądź większym stopniu, przyczyniają się do nowoczesnego procesu ewangelizacji, a taka forma ewangelizacji może trafić najskuteczniej do ludzi młodych — uczniów szkół średnich, dzisiejszych nastolatków, którzy właśnie szukają swojej ścieżki życiowej.

Jak wynika z przeprowadzonego badania ankietowego, młodzi ludzie zdają sobie sprawę z wykorzystywania potencjału mediów społecznościowych w procesach ewangelizacyjnych. Okazuje się również, że sami się tym procesom poddają poprzez obserwowanie kont poświęconych głoszeniu słowa Bożego. Kwestia mobilnych aplikacji, których ogromną liczbę oferują liczne sklepy internetowe, jest jak na razie mniej powszechna, co nie zmienia faktu, że jest także taka grupa młodych ludzi, która chętnie z takich aplikacji korzysta.

Postęp technologiczny osiągnął również Kościół i wiary chrześcijańskiej. Wykorzystywanie dobrodziejstw nowych technologii w szerzeniu słowa Bożego jest zjawiskiem dziś powszechnym i powszechnie akceptowanym. Kościół również potrzebuje rozwoju, aby w jak najlepszy sposób trafić do zwłaszcza młodszych wiernych. Taką ścieżką mogą być właśnie media najnowsze.

Jak można przeczytać w Ewangelii według św. Mateusza, „*Przyjdźcie do Mnie wszyscy, którzy utrudzeni i obciążeni jesteście, a Ja was pokrzepię*”<sup>19</sup>. Niech zatem właśnie ci „wszyscy” mogą pogłębiać swoją wiarę w taki sposób, jaki jest dla nich najlepszy i najprzystępniejszy. A jeśli tym sposobem będzie wysłuchiwanie świadectwa nastoletniej dziewczyny, która dzieli się nim poprzez aplikację TikTok, czy też czytanie słowa Bożego w mobilnej aplikacji Pisma Świętego — niech właśnie tak robią. Niech zgłębiają tajemnice chrześcijaństwa, zakochują się w Bogu i oddają się modlitwie tak, jak potrafią najlepiej.

## Abstract

Social media is a space where almost every aspect of human life takes place. Today, social media are used not only for entertainment, but also for education, building social identities and broadening horizons. It is also not surprising that young people are the group most willing to use social media. They are the ones who mainly undertake virtual education, build virtual relationships and look for virtual entertainment. This article discusses the issue of evangelization using platforms such as Instagram, Facebook, YouTube, TikTok and mobile applications. In the following parts of this article, the reader was guided through exemplary profiles in selected social media platforms and mobile applications, whose main mission is to spread the Word of God, bear witness to faith and nurture basic Christian values. The summary of the considerations is a survey conducted among high school students, aimed at showing their perception of the effectiveness of using social media and mobile applications in evangelizing the young generation.

Keywords: Christianity, evangelization, influencers, mobile applications

---

19 Mt 11,28, <https://biblia.deon.pl/> (15.06.2022).

## Bibliografia


- Aplikacja *Rachunek sumienia* w sklepie Google Play, <https://play.google.com/> (15.06.2022).
- Aplikacje *Biblia* w sklepie Google Play, <https://play.google.com/> (15.06.2022).
- Aplikacje *Modlitewnik* w sklepie Google Play, <https://play.google.com/> (15.06.2022).
- BIO *@poczatekwiecznosci.pl* w serwisie Instagram, <https://www.instagram.com/poczatekwiecznosci.pl/> (2.06.2022).
- Ewangelia wg św. Mateusza Mt 11,28* w: *Biblia Tysiąclecia*, <https://biblia.deon.pl/rozdzial.php?id=254> (15.06.2022).
- Ewangelizacja* w: *Słownik Języka Polskiego PWN*, <https://sjp.pwn.pl/szukaj/ewangelizacja.html> (15.06.2022).
- Facebook w: *Słownik SEO/SEM*, <https://kompan.pl/co-to-jest/facebook/> (1.06.2022).
- Instagram *@lesscalm*, <https://www.instagram.com/lesscalm/> (2.06.2022).
- Instagram w: *Słownik SEO/SEM*, <https://kompan.pl/co-to-jest/instagram/> (1.06.2022).
- Levinson P., *Nowe nowe media*, Kraków 2010, Wydawnictwo WAM.
- Media społecznościowe* w: *Słownik Języka Polskiego PWN*, <https://sjp.pwn.pl/sjp/media-spolesznosciowe;5579207.html> (1.06.2022).
- Profilu *DMAK* w serwisie Facebook, <https://www.facebook.com/mlodzi.diecezja> (2.06.2022).
- Roguski A., *Zrozumieć social media*, Gliwice 2020, Wydawnictwo OnePress.
- Studio Raban* w serwisie VOD TVP, <https://vod.tvp.pl/programy,88/studio-raban-odcinki,280282> (2.06.2022).
- TikTok* w: *Słownik SEO/SEM*, <https://kompan.pl/co-to-jest/tiktok/> (1.06.2022).
- YouTube* w: *Słownika SEO/SEM*, <https://kompan.pl/co-to-jest/youtube/> (1.06.2022).

Katarzyna Wysocka

Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie

 <https://orcid.org/0000-0001-6970-6894>

## **Wartość rodziny we współczesnym przekazie medialnym. Analiza zawartości treści portalu Stacja7.pl**

 <https://doi.org/10.15633/9788363241827.06>

### **Portale internetowe – wprowadzenie**

Portale internetowe to obecnie jedne z najpopularniejszych kanałów informacyjnych. Każdego dnia korzystają z nich miliony użytkowników na całym świecie. Wspomagają one wyszukiwanie informacji i pozyskiwanie wiedzy odbiorców. To właśnie tam czytelnicy otrzymują wiadomości z wielu dziedzin i zakresów w zależności od swoich zainteresowań. Według definicji portal internetowy to „rodzaj serwisu informatycznego (informacyjnego), poprzez który użytkownicy mają dostęp do nowych informacji z wielu dziedzin”<sup>1</sup>. Dzięki portalom internetowym człowiek poszukiwanie wiedzy przeniósł do rzeczywistości wirtualnej.

---

1 [https://mfiles.pl/pl/index.php/Portal\\_internetowy\(1.06.2022\)](https://mfiles.pl/pl/index.php/Portal_internetowy(1.06.2022)).

## Rodzaje portali internetowych

Portal internetowy to niezwykle szerokie pojęcie, które z czasem zaczęło wymagać szczegółowej kategoryzacji. Dziś więc wyróżnia się sześć typów portali: portal horyzontalny, tematyczny, intranet, ekstranet, portal korporacyjny oraz portal społecznościowy<sup>2</sup>. Pierwszy rodzaj z wyżej wymienionych jest prowadzony wokół ogólnej, szerokiej tematyki. Nie ma sprecyzowanego zakresu działalności, a jego celem jest generowanie dużych zasięgów. Drugi koncentruje się zaś wokół określonej tematyki – na przykład lifestylowej, zdrowotnej, politycznej, finansowej, prawnej, religijnej. Trzeci stanowi swego rodzaju sieć wewnętrzną, której zadaniem jest łączenie komputerów funkcjonujących w obrębie danej firmy, instytucji. Celem intranetu jest szybsze, precyzyjniejsze realizowanie obowiązków przez pracowników, co stanowi także ułatwienie w natychmiastowym dostępie do informacji. Ponadto tego typu portale internetowe służą do komunikacji między zatrudnionymi w różnych miejscach świata. Ekstranet stanowi opozycję wobec intranetu, ponieważ jest on zewnętrzną siecią firmy. Jego celem jest upublicznienie działań organizacji. Portal korporacyjny zaś jest komercyjną stroną internetową firmy, która ma za zadanie na szeroką skalę informować klientów o działalności instytucji i oferowanych przez nią produktów, działań lub usług. Ostatnim, a zarazem obecnie najpopularniejszym typem portalu internetowego jest portal społecznościowy. To miejsce w Internecie, gdzie użytkownicy mają okazję zaspokoić potrzebę kontaktów międzyludzkich i wymieniać się doświadczeniami czy zainteresowaniami.

W niniejszym artykule szczególna uwaga zostanie poświęcona tematycznemu rodzajowi portali internetowych, a uściślając – katolickim portalom internetowym.

## Katolickie portale internetowe

Istotną rolę wykorzystywania środków społecznego przekazu w ewangelizacji zauważył już Ojciec Święty Jan Paweł II, który w orędziach na Światowy

---

2 [https://mfiles.pl/pl/index.php/Portal\\_internetowy](https://mfiles.pl/pl/index.php/Portal_internetowy) (1.06.2022).

Dzień Środków Społecznego Przekazu niejednokrotnie podkreślał, jak ważne są media w kształtowaniu chrześcijańskich postaw człowieka. Doskonale zdawał sobie sprawę, że Internet stał się nowym fenomenem, wobec którego Kościół nie mógł pozostać obojętny. W orędziu na 36. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu Ojciec Święty zwrócił uwagę, że Sieć obecnie stała się nową przestrzenią do głoszenia Ewangelii — to miejsce, które może stać się pierwszym spotkaniem z Jezusem w przypadku wielu internautów. Wobec tego na katolickich twórcach spoczywa szczególna odpowiedzialność, by zaszczerpić w nowym pokoleniu wiarę w Chrystusa, a ponadto by była ona żywa i obecna także w realnym świecie<sup>3</sup>.

Fakt, że media stały się współczesnym narzędziem ewangelizacji, dostrzegł także następca Papieża Polaka — Benedykt XVI. W orędziu na 44. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu zwrócił on uwagę, że Internet jest przestrzenią do wyrażania uczuć, poglądów i przekazywania informacji na każdy temat (także związany z religijnością). Dialog, który jest możliwy w Sieci, może przyczynić się do tworzenia wspólnot, a także do komunikacji wewnątrz i na zewnątrz organizacji. Dzięki temu stwarza się okazja, by treści o charakterze ewangelizacyjnym dotarły do szerokiego grona odbiorców. Ojciec Święty zauważył, że postępująca cyfryzacja jest ponadto okazją dla kapłanów, by ci mogli głosić królestwo Boże nie tylko w świecie realnym, lecz także wirtualnym. Wobec tego niezwykle ważne jest, by użytkownicy Internetu, dziennikarze, producenci medialni, a szczególnie media katolickie, stali na straży prawdy<sup>4</sup>.

Papież Franciszek także nie pozostaje obojętny wobec ciągłego rozwoju technologii. Zaznaczył, że Sieć stała się bogactwem obecnych czasów, które chrześcijańskie wspólnoty, tak jak cały Kościół, muszą godnie wykorzystywać w codziennych praktykach. Łatwo jest w Internecie zagubić cel, jakim jest budowanie dialogu. Coraz częściej obserwuje się, że media szukają sposobów, by polaryzować społeczeństwo, a zapominają o tym, że ich podstawową misją jest niesienie prawdy i budowanie zgodności w świecie wirtualnym oraz

---

3 Orędzie Jana Pawła II na 36. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu, *Internet — nowe formy głoszenia Ewangelii*, 2002 r.

4 Orędzie Benedykta XVI na 44. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu, *Kapłan i duszpasterstwo w cyfrowym świecie: nowe media w służbie Słowu*, 2010 r.

realnym<sup>5</sup>. Idąc za głosem Ojców Świętych XXI wieku, można stwierdzić, że poszukiwanie i przekazywanie faktów, a ponadto spełnianie misji ewangelizacyjnej to podstawowe założenia mediów, a szczególnie mediów katolickich i współczesnych portali o misji chrześcijańskiej.

Media katolickie w momencie rozwoju cyfryzacji rozszerzyły swoje działania o szeroko pojęte funkcjonowanie w Internecie. Dziś Sieć stała się dla katolickiego przekazu narzędziem do popularyzacji wartości chrześcijańskich. Celem katolickich portali internetowych jest upowszechnianie wiedzy na temat religii chrześcijańskiej, przekazywanie faktów z życia Kościoła, a ponadto relacjonowanie wydarzeń o charakterze wspólnotowym. W serwisach o tejszy tematyce pojawia się szeroki zakres tekstów publicystycznych, wypowiedzi ekspertów oraz szeroko pojęte treści ewangelizacyjne – publikowane przez najpopularniejszych polskich duchownych i inne ważne postaci znane ze swojej działalności w ramach Kościoła katolickiego i poza nim.

## Portal Stacja7.pl

Stacja7.pl to katolicki portal społeczno-informacyjny o charakterze ewangelizacyjnym. Nazwa serwisu, a także hasło, które brzmi: „Złap pociąg do wiary” odnoszą się do jego chrześcijańskiej misji<sup>6</sup>. Portal został uruchomiony 1 grudnia 2012 roku, a jego właścicielem jest Fundacja Medialna 7, która działa pod patronatem archidiecezji warszawskiej i kard. Kazimierza Nycza. Redaktor naczelną oraz prezesem Fundacji jest Aneta Liberacka. Obecnie serwis ma także swoje wydawnictwo i sklep internetowy pod nazwą „Dobroci”. Poza działalnością na swojej domenie prowadzi działalność w mediach społecznościowych, takich jak: Facebook (101 766 obserwujących), Twitter (12,8 tysiąca obserwujących), Instagram (15,4 tysiąca obserwujących), gdzie zamieszczane są głównie treści publikowane na stronie internetowej, grafiki z cytatami, infografiki oraz filmy przygotowane przez zespół redakcyjny (dane na dzień

---

5 Orędzie Franciszka na 53. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu, «*Wszyscy tworzymy jedno*» (Ef 4, 25). *Od wirtualnych wspólnot społecznościowych do wspólnot ludzkich*, 2019 r.

6 <https://stacja7.pl/> (13.06.2022).



13.06.2022). Stacja7.pl ma także konto w serwisie YouTube, gdzie publikowane filmy osiągnęły obecnie 24 796 034 wyświetleń (stan na dzień 13.06.2022). Materiały tam umieszczane to nagrane pieśni religijne wykonywane przez znanych twórców w środowisku polskiego Kościoła oraz wszelkiego rodzaju filmy dotyczące tematyki chrześcijańskiej – podcasty, produkcje przygotowane przez księży, ojców i siostry zakonne, adoracje, świadectwa, materiały promocyjne, a także wywiady i relacje audiowizualne z wydarzeń z życia Kościoła. Portal Stacja7.pl to także działalność edukacyjna. Od 2016 roku serwis prowadzi tak zwaną Akademię Dziennikarstwa – roczne studium realizujące tematy z obszaru dziennikarstwa i komunikacji społecznej we współpracy z Papieskim Wydziałem Teologicznym Collegium Joanneum w Warszawie. Kierownikiem przedsięwzięcia jest ks. dr Przemysław Śliwiński – rzecznik archidiecezji warszawskiej.

**Rycina 1.** Logo serwisu Stacja7.pl



Źródło: Wikimedia Commons, <https://pl.wikipedia.org/wiki/Stacja7.pl> (13.06.2022).

Misją portalu Stacja7.pl są ewangelizacja dorosłych i młodzieży oraz przekazywanie najważniejszych informacji. Swoje zadania spełnia przez pracę redakcji, która codziennie relacjonuje to, co dzieje się na całym świecie, a szczególnie w Kościele. Na stronie internetowej powołane są trzy główne kategorie o charakterze newsowym: „z kraju”, „ze świata”, „z Watykanu”. Pierwsza odnosi się do wydarzeń, które dzieją się w Polsce, a przede wszystkim w polskim Kościele. To właśnie w tym wariantcie pojawiają się zapis wypowiedzi biskupów, rocznice i inne fakty w skali kraju. Druga kategoria – „ze świata” przeznaczona jest do przekazywania informacji istotnych z perspektywy globalnej. Trzecia – „z Watykanu” informuje użytkowników o tym, co obecnie dzieje się w Watykanie, a ponadto przekazuje watykańskie komunikaty i przywołuje aktualne wypowiedzi Ojca Świętego. Ważne, a zarazem najpopularniejsze kategorie istniejące w ramach funkcjonowania portalu to: rozmowy, książki,

felietony, styl życia, ludzie, wiara, modlitwa, święci, a także rodzina, która stała się przedmiotem badań w niniejszej pracy.

## 2. Rodzina – najważniejsza komórka społeczna

Rodzina to pojęcie, które jest głęboko zakorzenione w kulturze, a także tradycji. To pierwsza wspólnota, w której człowiek przychodzi na świat, a następnie dorasta i dojrzewa. Zatem jest to swego rodzaju podstawowa komórka społeczna, najważniejszy składnik społeczeństwa – jak stwierdził twórca terminu „socjologia” Auguste Comte<sup>7</sup>. Do powyższych słów francuskiego badacza nawiązał Jan Paweł II, pisząc w *Liście do rodzin*, że „Rodzina jest wspólnotą osób, najmniejszą komórką społeczną, a jako taka jest instytucją podstawową dla życia każdego społeczeństwa”<sup>8</sup>.

### Definicja rodziny i jej podstawowe typy i funkcje

Rodzina jest pojęciem wielowymiarowym, stąd tak trudno ją zdefiniować. Dotyczy aspektów demograficznych, strukturalnych, grupowych, kulturalnych, socjologicznych itp. Rodzina według definicji pochodzącej z internetowego *Słownika Języka Polskiego PWN* to „podstawowa grupa społeczna, składa się z rodziców i ich dzieci, cechuje ich więź formalna, wspólnota materialna, mieszkaniowa oraz określony zespół funkcji”<sup>9</sup>. Odnosi się ona do wspomnianego w niniejszym artykule pojęcia autorstwa francuskiego filozofa, a ponadto wymienia członków wspomnianej komórki społecznej i wspomina o relacjach formalnych, jakie między nimi zachodzą. Inna definicja, pochodząca z *Encyklopedii socjologii*, podaje, że „rodzina kojarzy się z małżeństwem, regulacją stosunków seksualnych, prokreacją, wychowywaniem dzieci, gospodarstwem

7 W. Śmigieński, *Modele życia rodzinnego. Studium demograficzno-społeczne na przykładzie łódzkiej młodzieży akademickiej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2014, s. 15.

8 Jan Paweł II, *List do Rodzin Gratissimam Sane z okazji Roku Rodziny*, 1994, s. 18, [http://kodr.pl/wp-content/uploads/2017/03/list\\_do\\_rodzin.pdf](http://kodr.pl/wp-content/uploads/2017/03/list_do_rodzin.pdf) (13.06.2022).

9 <https://sjp.pl/rodzina> (14.06.2022).

domowym i systemem pokrewieństwa. Definiując rodzinę w ramach teorii socjologicznej należy ją [...] uznać za mikrostrukturę, a więc małą grupę społeczną, której członkowie połączeni są małżeństwem, więzami pokrewieństwa (niekiedy adopcji), siecią wzajemnych zależności i stosunków społecznych, prowadzą wspólnie gospodarstwo domowe oraz pełnią w niej odpowiednie role społeczne: matki, ojca, współmałżonka, dziecka, czasem dziadka czy krewnego lub powinowatego. Choć rodzina kojarzy się z małżeństwem i najczęściej bywa na nim oparta, to nie jest z nim tożsama. Więzy między małżonkami może się rozpaść (co często w wielu kulturach kończy się rozwodem), jednak więź między rodzicami a dziećmi oraz między rodzeństwem nie ulega dezintegracji. Więzy rodzinne mają zatem, w odróżnieniu od małżeńskich, charakter bardziej trwały<sup>10</sup>. Należy zaznaczyć, że powyższa definicja słowa „rodzina” ściślej tłumaczy to pojęcie. Przede wszystkim zwraca uwagę, że rodzina rozpoczyna się w momencie, gdy w małżeństwie bądź związku niesformalizowanym pojawia się potomstwo, a co za tym idzie – w zakres funkcjonowania rodziny wchodzi aspekty wychowawcze. Członkowie rodziny mają w niej zawsze określone funkcje, które są uwarunkowane biologicznie, a także społecznie.

Istnieją trzy najważniejsze podziały typów rodziny. Pierwszy, a zarazem, jak się wydaje, najistotniejszy to rozróżnienie ze względu na liczbę członków rodziny. Wówczas wyodrębnia się rodziny: nuklearną (tak zwana rodzina mała, dwupokoleniowa – rodzice oraz dzieci), poszerzoną (składa się z kilku rodzin nuklearnych i podporządkowana jest jednemu kierownictwu), zmodyfikowaną rodzinę poszerzoną (to rodzina składająca się z kilku rodzin nuklearnych, jednak wśród jej członków nie wyróżnia się struktury hierarchicznej). Drugim istotnym podziałem jest ten ze względu na formę małżeństwa i rodziny: rodzina monogamiczna (u podstaw rodziny jest małżeństwo kobiety i mężczyzny), poligamiczna (rodzina oparta na związku przedstawiciela jednej płci, z co najmniej dwoma przedstawicielami płci przeciwnej). Trzecim istotnym podziałem rodziny jest ten ze względu na władzę i kryterium podziału ról w rodzinie. Wówczas wyróżnia się rodziny: matriarchalną (władzę sprawują

---

10 Kwaśniewicz W. i in. (red.), *Encyklopedia socjologii*, Oficyna Naukowa, Warszawa 2000, s. 312.

kobiety), patriarchalną (władzę sprawują mężczyźni), partnerską (obowiązuje równość praw przedstawicieli obu płci)<sup>11</sup>.

Z socjologicznego punktu widzenia wyróżnia się 10 podstawowych funkcji rodziny: reprodukcyjną (zapewnienie biologicznej ciągłości społeczeństwa), socjalizacyjną (rodzina zapewnia ciągłość kulturową), opiekuńczą (rodzina zabezpiecza dzieci i swoich członków), emocjonalną (rodzina zapewnia emocjonalne wsparcie swoim członkom), seksualną (małżeństwo jako instytucja regulująca relacje seksualne), ekonomiczną (rodzina zapewnia byt członkom), stratyfikacyjną (rodzina zapewnia członkom odpowiedni status społeczny), identyfikacyjną (członkowie są identyfikowani na podstawie tego, do jakiej rodziny należą – na przykład dziedziczą nazwisko), integracyjno-kontrolną (rodzina dąży do organizacji życia według określonych zasad) oraz rekreacyjno-towarzyską (rodzina zapewnia członkom rozrywkę w czasie wolnym, wprowadza w świat spotkań towarzyskich)<sup>12</sup>. Wspomniane funkcje zmieniają się wraz z postępującymi modyfikacjami zachodzącymi w społeczeństwie. Są one ponadto uwarunkowane kulturowo – w jednym społeczeństwie jedne funkcje rodziny będą dominowały, a inne będą im ustępowały. W innym zaś może być zupełnie odwrotnie.

### 3. Rodzina – obraz medialny

Jak zostało podkreślone w niniejszym rozważaniu, rodzina jest podstawową, a zarazem najważniejszą komórką społeczną. Wobec tego jej istota nie umyka mediom, które także przedstawiają jej określony wizerunek. Warto zaznaczyć, że w zależności od wizji autora określonego materiału medialnego, nurtu programowego stacji, portalu czy radia – wizerunek ten będzie przedstawiany w subiektywny sposób. Co więcej, w dzisiejszym świecie mass media nie tylko odgrywają istotną rolę w procesie przekazywania informacji o rodzinie, lecz także mają bezpośredni wpływ na kształtowanie współczesnego jej modelu. To, co przekazują koncerty medialne, ma wpływ na to, że utrwalają się stereotypy, gloryfikowane są sprecyzowane tendencje, a także tworzą się określone

11 W. Śmigieński, *Modele życia rodzinnego...*, dz. cyt., s. 23–26.

12 W. Śmigieński, *Modele życia rodzinnego...*, dz. cyt., s. 27–32.

postawy w rodzinie i wobec niej<sup>13</sup>. Wobec tego przed mediami katolickimi także stoi ważne zadanie, by przekazywać odbiorcom pozytywny wizerunek rodziny jako struktury budującej przyszłość świata i Kościoła.

## Pozytywny wizerunek rodziny – analiza zawartości portalu Stacja7.pl

Metoda zastosowana w niniejszych badaniach mających na celu przedstawienie pozytywnego, medialnego wizerunku rodziny na podstawie artykułów opublikowanych na portalu Stacja7.pl to analiza zawartości. Profesor Walery Pisarek w pozycji pod tytułem *Analiza zawartości prasy* określił analizę zawartości jako „zespół różnych technik systematycznego badania strumieni lub zbiorów przekazów, polegającą na możliwie obiektywnym (w praktyce zwykle: intersubiektywnie zgodnym) wyróżnianiu i identyfikowaniu ich możliwie jednoznacznie skonkretyzowanych, formalnych lub treściowych, elementów oraz na możliwie precyzyjnym (w praktyce: zwykle ilościowym) szacowaniu rozkładu występowania tych elementów i na głównie porównawczym wnioskowaniu. Analiza taka ma zmierzać przez poznanie zawartości przekazów do poznania innych elementów i uwarunkowań procesu komunikacyjnego”<sup>14</sup>.

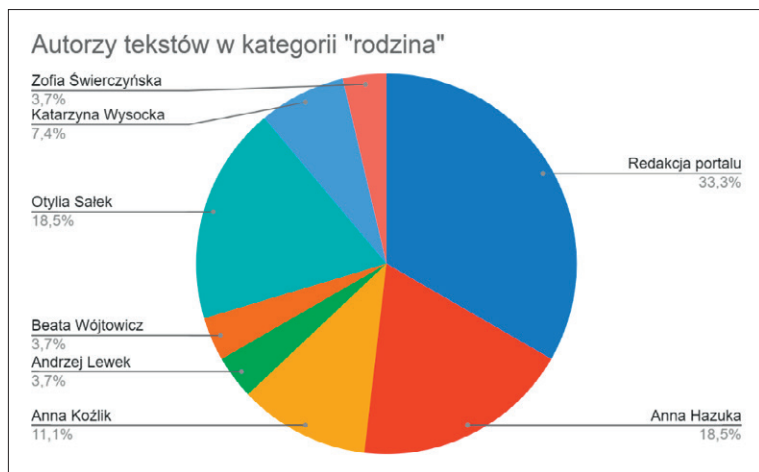
W niniejszym artykule przedmiotem badań o pozytywnym wizerunku rodziny są artykuły opublikowane na portalu Stacja7.pl w czasie od 13 marca 2020 do 26 stycznia 2022 roku w kategorii pt. „rodzina”. To okres, gdy w Polsce i na świecie panowała pandemia COVID-19. Analizie zawartości zostało poddane 27 artykułów upowszechnionych we wspomnianym czasie. Artykuły publikowane były w godzinach pracy redakcji portalu w nieregularny sposób. Każdy artykuł zawierał: tytuł, *lead*, śródtytuły, treść właściwą, informację o autorze (imię i nazwisko bądź informację: redakcja portalu), a ponadto grafikę wyróżniającą. W niektórych przypadkach pojawiały się także osadzone wpisy z portali społecznościowych lub inne, istotne dla danego artykułu tre-

13 P. Gajdziszewska-Dudek, J. Stańczyk, *Rodzina a media. O sile współczesnych mass mediów na przekształcenia roli i funkcji rodziny*, „Zeszyty Naukowe Towarzystwa Doktorantów UJ”, Nauki Społeczne, nr 10 (1/2015), s. 147.

14 W. Pisarek, *Analiza zawartości prasy*, Ośrodek Badań Prasoznawczych, Kraków 1983, s. 45.

ści. Autorami tekstów są: Anna Hazuka (w liczbie 5 artykułów), Anna Koźlik (w liczbie 3 artykułów), Andrzej Lewek (w liczbie 1 artykułu), Beata Wójtowicz (w liczbie 1 artykułu), Otylia Sałek (w liczbie 5 artykułów), Zofia Świerczyńska (w liczbie 1 artykułu), Katarzyna Wysocka (w liczbie 2 artykułów). W 9 przypadkach autor nie jest wskazany z imienia i nazwiska – wówczas pojawia się informacja o tym, że tekst został przygotowany przez redakcję portalu Stacja7.pl. Najczęściej występującym sposobem narracji, którym posługują się autorzy tekstów w serwisie, jest narracja pierwszoosobowa, którą dostrzeżono w 14 przypadkach. Narracja trzecioosobowa występuje w 9 przypadkach, najrzadziej występującym rodzajem narracji jest zaś posługiwanie się drugą osobą liczby pojedynczej bądź mnogiej. Ten sposób opowieści w kategorii „rodzina” w portalu Stacja7.pl we wskazanym przedziale czasowym występuje 4 razy.

**Rycina 2.** Autorzy tekstów w kategorii „rodzina”



Źródło: opracowanie własne.

Spośród 27 artykułów poddawanych analizie wyodrębniono 5 występujących wśród nich gatunków dziennikarskich. Są nimi: artykuł blogowy (blog) (występuje w liczbie 10), felieton (występuje w liczbie 7), wywiad (występuje w liczbie 7), komentarz (występuje w liczbie 1) oraz sylwetka (występuje

w liczbie 1). Oznacza to, że najczęściej wybieranym gatunkiem do opisywania wartości rodziny w portalu Stacja7.pl rzeczywistości jest kształt artykułu blogowego. Jest to forma szczególnie wygodna dla współczesnych dziennikarzy pracujących w Internecie, ponieważ w blogosferze zacierają się wiele gatunków dziennikarskich. Blog nie jest dziś tylko rodzajem osobistego pamiętnika w wirtualnym kształcie, ale staje się instytucjonalną formą współczesnego dziennikarstwa<sup>15</sup>. Kolejnymi najczęściej wykorzystywanymi przez autorów portalu Stacja7.pl gatunkami dziennikarskimi są: felieton oraz wywiad. Felieton to gatunek o charakterze publicystycznym. Najczęściej odwołuje się do ważnych, aktualnych wydarzeń. Autor felietonu ma prawo jasno kreować swoją opinię na dany temat, ponadto z poczuciem humoru może mówić o istotnych dla społeczeństwa kwestiach<sup>16</sup>. Mimo że felieton jest gatunkiem tradycyjnym, znalazł także swoje miejsce w Internecie, gdzie przybiera nieco inną, swobodniejszą formułę. Podobnie jest w przypadku wywiadu, który zaliczany jest do gatunków pogranicznych. Jego celem jest przekazanie przez osobę udzielającą wywiadu informacji na dany temat i opinii na wskazane kwestie<sup>17</sup>. Występowanie gatunków dziennikarskich takich jak komentarz oraz sylwetka ma charakter marginalny.

W przypadku medialnego wizerunku rodziny, który przedstawia portal Stacja7.pl, wspomniane gatunki dziennikarskie odgrywają niezwykle istotną rolę i pełnią określone funkcje. Artykuł blogowy to sposób na nieograniczoną formę tekstu, w którym odbiorca otrzyma odpowiedzi na nurtujące pytania. Ponadto autor proponuje rozwiązania określonych problemów, z którymi mierzą się czytelnicy na co dzień, bądź rozwiewa ich wątpliwości. Przykładem występowania tego gatunku dziennikarskiego jest artykuł opublikowany 16 maja 2021 roku pod tytułem *Biały tydzień. Jak sprawić by Pierwsza Komunia Święta była niezapomniana?* autorstwa red. Otylii Sałek. Tekst w swobodny sposób opowiada o tym, jak rodzinnie spędzić czas Pierwszej Komunii Świętej oraz Białego Tygodnia. Mówi on, jak ważne jest, by razem z dzieckiem prze-

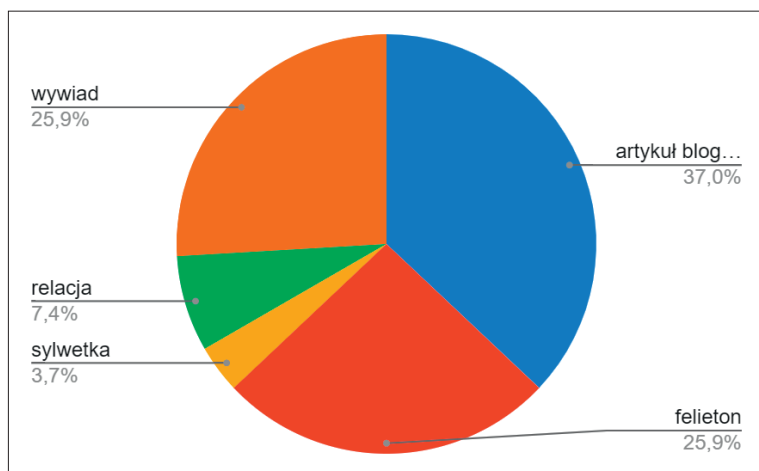
15 K. Szymoniak, *Między gazetą a Internetem – nowe gatunki dziennikarskie, paragatunki czy hybrydy?*, „Język, Komunikacja, Informacja”, P. Nowak, P. Nowakowski (red.), 3/2008, s. 137.

16 K. Wolny-Zmorzyński, A. Kaliszewski, W. Furman, *Gatunki dziennikarskie. Teoria, praktyka, język*, Wydawnictwo Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2009, s. 88–92.

17 K. Wolny-Zmorzyński, A. Kaliszewski, W. Furman, *Gatunki dziennikarskie*, s. 110–113.

żyć ten wyjątkowy okres, a także wskazuje, co można zrobić, by ten czas faktycznie ubogacił całą rodzinę, a szczególnie pierwszokomunijne dziecko. W artykule poza sugestiami autorki pojawiają się wypowiedzi matek, które zadbały o piękne przeżycie Pierwszej Komunii Świętej i Białego Tygodnia przez swoje dzieci, co wzmacnia przekaz.

**Rycina 3.** Gatunki dziennikarskie artykułów w kategorii „rodzina”



Źródło: opracowanie własne.

Wywiad jest formą, która mimo swoich tradycyjnych korzeni wciąż często pojawia się w tekstach internetowych. W przypadku portalu Stacja7.pl, a szczególnie kategorii „rodzina” wywiady są swego rodzaju świadectwem. Spośród 7 odnotowanych wywiadów, które są materiałem badawczym w niniejszej pracy, 6 jest rozmową, w której małżeństwa, rodzice, rodziny dzielą się swoimi sposobami na tworzenie rodzinnej wspólnoty. Przykładem wywiadu jest między innymi rozmowa opublikowana 6 października 2021 roku, przeprowadzona przez red. Zofię Świerczyńską z Anną i Wojciechem Hazukami pod tytułem *Czy miłość może się „skończyć”? O kryzysach małżeńskich i sposobach na ich przezwyciężanie opowiadają Anna i Wojciech Hazukowie*. Mówili oni o tym, w jaki sposób przezwyciężyli swoje małżeńskie kryzysy i jak walczyć



o relację mąż–żona, gdy pojawiają się dzieci. W portalu Stacja7.pl w kategorii „rodzina” pojawił się ponadto jeden wywiad o charakterze eksperckim. Został przeprowadzony z Anną i Olgierdem Unoldami – małżeństwem z ponad trzydziestoletnim stażem, liderami Wrocławskiego Ośrodka Spotkań Mażeńskich, którzy opierają swoją pracę na doświadczeniu dialogu jako drogi życia w małżeństwie, społeczeństwie i w relacji z Bogiem. Rozmowa została opublikowana 3 grudnia 2021 roku pod tytułem *Mażeńskie konflikty. Czy można się na nie przygotować?* Udzielający wywiadu, współpracujący na co dzień z małżeństwami, rodzinami, narzeczonymi, wcielili się w rolę ekspertów i opowiedzieli, co zrobić, by zapobiegać konfliktom w małżeństwie i jak budować rodzinę miłością, prawdą i Bogiem silną.

Przykładem internetowego felietonu opublikowanego w portalu Stacja7.pl jest tekst autorstwa red. Anny Hazuki opublikowany 20 maja 2020 roku pod tytułem *Pandomamy*. To artykuł, który został upowszechniony w czasie pierwszych miesięcy panowania pandemii COVID-19 w Polsce. Odnosi się on do momentu, gdy część obostrzeń obowiązujących na terenie całego kraju została zniesiona. Tekst jest hołdem dla wszystkich matek, które w czasie kwarantanny narodowej podjęły się pracy zawodowej, obowiązków domowych i opieki nad dziećmi. Mimo trudnych okoliczności przetrwały, co pokazało, jak niezwykle silne, inteligentne, wszechstronne są kobiety. Autorka w sposób błyskotliwy i humorystyczny ukazała problemy, z którymi mierzyły się wszystkie „pandomatki”.

Ważnym aspektem, który także należy wziąć pod uwagę w przypadku badania pozytywnego wizerunku rodziny, jest kwestia zainteresowania użytkowników tym tematem. Dzięki uprzejmości redakcji portalu Stacja7.pl, na potrzebę niniejszych badań, udostępnione zostały statystyki poszczególnych artykułów. W kategorii „rodzina” w czasie od 1 marca 2020 do 14 czerwca 2022 roku odnotowano 99,6 tysiąca odsłon. Najpopularniejszym artykułem, który został opublikowany we wspomnianym przedziale czasowym, jest wywiad przeprowadzony przed red. Otylię Sałek z Janem i Weroniką Kostrzewami (data publikacji: 24 października 2021 roku) pod tytułem *Nasza wiara wyjmuje rozwód z optyki małżonków, zmuszając nas do walki. Weronika i Jan Kostrzewowie o pokonywaniu trudności w małżeństwie* (6662 odsłony). Drugim pod względem popularności tekstem jest wspomniana już rozmowa red.

Zofii Świerczyńskiej z małżeństwem państwa Hazuków. Wywiad ten osiągnął 6080 odsłon. Na trzecim miejscu uplasował się artykuł blogowy, który poza tytułem, *leadem* oraz zdjęciem wyróżniającym zawiera cytaty Janusza Korczaka – więźnia niemieckiego obozu w Treblince, prekursora działań na rzecz praw dziecka. Tekst został opublikowany z okazji Dnia Dziecka 1 czerwca 2021 roku i do 14 czerwca 2022 roku osiągnął 4124 odsłony. Felieton, który wzbudził największe zainteresowanie wśród użytkowników portalu, to: *Rodzice! To najbardziej wymagające wielkopostne rekolekcje świata!* – artykuł red. Anny Hazuki, który mówił o tym, jaką wartość niósł rodzinny czas spędzony podczas kwarantanny narodowej. Tekst ten osiągnął 3940 odsłon, co plasuje go na 4. miejscu względem popularności wśród użytkowników.

**Tabela 1.** Liczba odsłon poszczególnych tekstów w Portalu Stacja7 w kategorii „rodzina”

LP.	TYTUŁ ARTYKUŁU	GATUNEK	LICZBA ODSŁON
1.	„Nasza wiara wyjmuje rozwód z optyki małżonków, zmuszając nas do walki”. Weronika i Jan Kostrzewowie o pokonywaniu trudności w małżeństwie	wywiad	6662
2.	Czy miłość może się „skończyć”? O kryzysach małżeńskich i sposobach na ich przewycięzanie odpowiadają Anna i Wojciech Hazukowie	wywiad	6080
3.	20 próśb dziecka do rodziców. Janusz Korczak – prawa dziecka	artykuł blogowy	4124
4.	Rodzice! To najbardziej wymagające wielkopostne rekolekcje świata!	felieton	3940
5.	Biały Tydzień. Jak sprawić, by Pierwsza Komunia Święta była niezapomniana?	artykuł blogowy	2743
6.	„Jesteś ze mną”. Treść tego utworu cię zaskoczy!	artykuł blogowy	2670
7.	Pandomamy	felieton	2456
8.	Rodzinna droga krzyżowa	artykuł blogowy	2227

LP.	TYTUŁ ARTYKUŁU	GATUNEK	LICZBA ODSŁON
9.	300 pytań, które warto zadać przed ślubem	artykuł blogowy	2187
10.	Rodzinne rytuały	artykuł blogowy	2097

Źródło: opracowanie własne na podstawie udostępnionych danych.

Na podstawie powyższej tabeli można stwierdzić, że nie ma realnej korelacji między gatunkiem dziennikarskim wykorzystywanym w artykule a większym bądź mniejszym zainteresowaniem użytkowników. Ważnym spostrzeżeniem jest fakt, że szczególnie potencjał w portalu Stacja7.pl mają treści mówiące o rodzinie w perspektywie wiary chrześcijańskiej. Teksty, które mówią o tym, jak pielęgnować rodzinę, małżeństwo, by zapobiegać kryzysom lub umieć je przetrwać, są materiałem, który także przychylnie rozpatrują internauci.

## Podsumowanie i wnioski

Portale internetowe są obecnie przestrzenią, gdzie codziennie miliony użytkowników szukają najważniejszych informacji, aktualności, a ponadto treści o charakterze opiniotwórczym i blogowym. Serwisy mają za zadanie przede wszystkim przekazywać odbiorcom prawdziwy obraz rzeczywistości i odpowiadać na ich oczekiwania i wątpliwości. Swoje funkcje spełniają ponadto internetowe media katolickie, które za cel obierają sobie przekazywanie użytkownikom chrześcijańskich wartości. Jedną z nich jest rodzina, która spełnia określone i ważne dla społeczeństwa funkcje. To najważniejsza, a zarazem podstawowa komórka społeczna. Zatem ochrona jej tradycji i struktur to jedna z najistotniejszych misji, jaka spoczywa na twórcach medialnych, a szczególnie współczesnych mediach katolickich.

Na podstawie przeprowadzonych badań metodą analizy zawartości wskazano, że aspekt rodziny jest ważnym i potrzebnym tematem do poruszenia w przestrzeni medialnej. Ponadto udowodniono, że portale internetowe są

odpowiednim, skutecznym i właściwym miejscem do szerzenia pozytywnego wizerunku wartości rodziny. Wyniki przeprowadzonych badań mają charakter aplikacyjny w zakresie działalności zgromadzenia Zmartwychwstańców.

## Abstract

The family is the most important social group within which one is born, grows and matures. It is there that the human being meets the basic needs such as: a sense of security or belonging. Due to the observable social changes dictated, among other things, by the development of new technologies and means of social communication, the family has aroused interest in modern media. This work deals with the topic of building a positive image of the family based on the content of the Stacja7 portal. On the basis of the analysis, the thesis was submitted: Internet portals are an appropriate and effective space for spreading family values. The results of the research performed in the article are of an applied nature in the field of activities of the Congregation of Surrectionists.

Keywords: media, internet, portal, family, image

## Bibliografia

- Benedykt XVI na 44. Orędzie na Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu, *Kapłan i duszpasterstwo w cyfrowym świecie: nowe media w służbie Słowu*, 2010.
- Franciszek, Orędzie na 53. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu, «*Wszyscy tworzymy jedno*» (Ef 4, 25). *Od wirtualnych wspólnot społecznościowych do wspólnot ludzkich*, 2019.
- Gajdziszewska-Dudek P., Stańczyk J., *Rodzina a media. O sile współczesnych mass mediów na przekształcenia roli i funkcji rodziny*, „Zeszyty Naukowe Towarzystwa Doktorantów UJ”, Nauki Społeczne, nr 10 (1/2015).
- Jan Paweł II, *List do Rodzin Gratissimam Sane z okazji Roku Rodziny*, 1994, [http://kodr.pl/wp-content/uploads/2017/03/list\\_do\\_rodzin.pdf](http://kodr.pl/wp-content/uploads/2017/03/list_do_rodzin.pdf) (13.06.2022).

- Jan Paweł II, Orędzie na 36. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu, *Internet – nowe formy głoszenia Ewangelii*, 2002.
- Kwaśniewicz W. i in. (red.), *Encyklopedia socjologii*, Oficyna Naukowa, Warszawa 2000.
- Pisarek W., *Analiza zawartości prasy*, Ośrodek Badań Prasoznawczych, Kraków 1983.
- Portal internetowy, w: *Encyklopedia zarządzania*, [https://mfiles.pl/pl/index.php/Portal\\_internetowy](https://mfiles.pl/pl/index.php/Portal_internetowy) (1.06.2022).
- Rodzina, w: *Słownik Języka Polskiego PWN*, <https://sjp.pl/rodzina> (14.06.2022).
- Stacja7.pl, <https://stacja7.pl/> (13.06.2022).
- Szymoniak K., *Między gazetą a Internetem – nowe gatunki dziennikarskie, paragatunki czy hybrydy?*, „Język, Komunikacja, Informacja”, P. Nowak, P. Nowakowski (red.), 3/2008.
- Śmigieński W., *Modele życia rodzinnego. Studium demograficzno-społeczne na przykładzie łódzkiej młodzieży akademickiej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2014.
- Wolny-Zmorzyński K., Kaliszewski A., Furman W., *Gatunki dziennikarskie. Teoria, praktyka, język*, Wydawnictwo Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2009.



## Noty o autorach

**dr hab. Klaudia Cymanow-Sosin** – medioznawca, kierownik dyscypliny nauki o komunikacji społecznej i mediach w Szkole Doktorskiej UPJPII; wcześniej zastępca dyrektora Instytutu Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej na Wydziale Nauk Społecznych Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II w Krakowie, kierownik kierunku *komunikowanie promocyjno-wizerunkowe – reklama, branding, public relations*; adiunkt w Katedrze Mediów i Komunikacji Społecznej. Specjalizuje się w obszarze *media relations*, komunikacji wizerunkowej i *public relations*. Wydawca, doradca ds. mediów, autorka między innymi *Lokowanie idei w reklamie, Perswazyjność w komunikacji wizerunkowej i języku, Metafory we współczesnej reklamie*, współredakcja książki *Etyczność w mediach – między pogardą a szacunkiem*) oraz około 70 publikacji naukowych i publicystycznych. Należy do PTKS, komisji Polskiej Akademii Umiejętności, dwukrotna wiceprzewodnicząca Rady Programowej Radia Kraków.

**o. dr Marcin Ciechanowski OSPPE** – podprzeor Jasnej Góry, doktor w zakresie dyscypliny nauki o komunikacji społecznej i mediach (Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie, 2022) i teolog, wykładowca akademicki. Wieloletni kaznodzieja, autor książek, między innymi *Jak modlitwą obudzić głód Ducha, Rekolekcje anielskie*. Rekolekjonista, prowadzący Jasnogórskie Dni Skupienia i egzorcysta archidiecezji częstochowskiej. Ewangelizator w mediach jasnogórskich, autor i gość wielu programów radiowych i telewizyjnych. Współprowadzący audycję *Przez uszy do duszy* na antenie Radia Jasna Góra.

**mgr Urszula Dyrz** – doktorantka w Szkole Doktorskiej Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II w Krakowie. Ukończyła studia magisterskie na Uniwersytecie Papieskim Jana Pawła II w Krakowie, broniąc pracę poświęconą roli mediów społecznościowych w rozwoju społecznym przedstawicieli pokolenia Z. Swoją zawodową i naukową ścieżkę wiąże z komunikowaniem promocyjno-wizerunkowym, mediami społecznościowymi, marketingiem sportu oraz działalnością influencerów i patoinfluencerów. Dotychczas podejmowała liczne naukowe oraz zawodowe aktywności związane z promocją, reklamą, *brandingiem* i *public relations*. Interesuje ją głównie wpływ mediów społecznościowych (Instagrama, YouTube’a, TikToka, Twittera oraz Facebooka) na różne grupy społeczne.

**ks. mgr lic. Maciej Gawlik CR** ukończył studia doktoranckie na Wydziale Historii i Dziedzictwa Narodowego na Uniwersytecie Papieskim Jana Pawła II w Krakowie i obecnie finalizuje pracę doktorską, w której zajmuje się analizą *Dziennika* o Piotra Semenkenki. Obszarem jego badań jest historia zgromadzenia Zmartwychwstańców ze szczególnym uwzględnieniem edycji źródłowej dokumentów z nim związanych.

**mgr Katarzyna Wysocka** – doktorantka w szkole Doktorskiej Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II w Krakowie. Zawodowo dziennikarka, copywriterka i specjalistka ds. marketingu internetowego z trzyletnim doświadczeniem. Dotychczas podejmowała liczne naukowe oraz zawodowe aktywności związane z dziennikarstwem internetowym, marketingiem i promocją. Jej główne zainteresowania naukowe skupiają się wokół roli, jaką odgrywają media społecznościowe (szczególnie TikTok) w życiu młodych ludzi reprezentujących pokolenia Z oraz Alfa.

**mgr Honorata Uniwersał** – doktorantka Szkoły Doktorskiej Uniwersytetu Jana Pawła II w Krakowie, dyscypliny nauki o komunikacji społecznej i mediach, z zawodu dziennikarz. W badaniach naukowych skupia się na dziennikarstwie śledczym i jego związku z nauką kryminalistyczną i kryminologiczną. Teoretyczną wiedzę chce połączyć z praktyczną, dlatego w publikacjach



naukowych opisuje działania dziennikarzy w procesie śledztwa kryminalnego z wykorzystaniem metod śledczych kryminalistyki.

**mgr Karolina Zając** – magister dziennikarstwa i komunikacji społecznej na Uniwersytecie Papieskim Jana Pawła II w Krakowie oraz filologii włoskiej (specjalność tłumaczeniowa) na Uniwersytecie Jagiellońskim w Krakowie, dziennikarka.



## Spis treści

Klaudia Cymanow-Sosin, Dariusz Tabor CR	
<i>Wstęp</i> .....	7
Klaudia Cymanow-Sosin, Karolina Zając	
<i>Kompetencje komunikacyjno-medialne jako istotne elementy preewangelizacji. Analiza zasobów sieciowych Zgromadzenia Zmartwychwstańców Prowincji Polskiej</i> .....	11
Honorata Uniwersał	
<i>Współczesny przekaz medialny Zmartwychwstańców — analiza treści dostępnych w domenie publicznej</i> .....	31
Maciej Gawlik CR	
<i>Pamiętniki i dzienniki Zmartwychwstańców z II połowy XIX wieku</i> .....	45
Marcin Ciechanowski OSPPE	
<i>Rola radia jako medium ewangelizacyjnego. Współczesne formy i narzędzia oddziaływania w mediach</i> .....	65
Urszula Dyrzcz	
<i>„Przyjdźcie do mnie wszyscy...” — media społecznościowe jako przestrzeń ewangelizacji ludzi młodych</i> .....	95
Katarzyna Wysocka	
<i>Wartość rodziny we współczesnym przekazie medialnym. Analiza zawartości treści portalu Stacja7.pl</i> .....	115
<i>Noty o autorach</i> .....	133





8 marca 2022 roku Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie wraz z Prowincją Polską Zgromadzenia Zmartwychwstańców zorganizował konferencję naukową, która odbyła się w Centrum Resurrectionis Zmartwychwstańców przy ulicy Stefana Pawlickiego 1. Składała się ona z dwóch części: *Media i komunikacja społeczna XIX i XX wieku: „korytarz wartości”* oraz *Medialna i wydawnicza twórczość Zmartwychwstańców w kontekście historii polskiej, europejskiej i amerykańskiej*.

Pokłosiem konferencji jest interdyscyplinarna publikacja zawierająca referaty o tematyce medioznawczej, prasoznawczej i historycznej. Rozdziały dotyczące nauki o książce, komunikacji społecznej, bibliotekoznawstwa, historii sztuki oraz całej sfery kultury wizualnej są odzwierciedleniem podjętych podczas konferencji naukowych tematów i przyczynią się z pewnością do popularyzacji wiedzy naukowej na temat tytułowych areopagów ostatnich stuleci, w które wpisują się z pewnością: książka, media i komunikacja jako nośniki wartości. Referaty przedstawione w trakcie konferencji i powstałe w wyniku ich inspiracji rozdziały niniejszej książki zostały wzbogacone o inne teksty dotyczące ewangelizacji w mediach, by współtworzyć publikację, która może przyczynić się w procesie ewangelizacji w mediach i poprzez media.



Uniwersytet Papieski  
Jana Pawła II  
w Krakowie

ISBN 978-83-63241-81-0



9 788363 241810 >