


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 intelektualnych¹, 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 nią 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”². 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 miłością³.

Stroną Zgromadzenia Zmartwychwstania Pana Naszego Jezusa Chrystusa Prowincja Polska jest zmartwychwstancy.pl⁴. 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 pokoju⁵.

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 (6.11.2022).

5 Zgromadzenie Zmartwychwstania Pana Naszego Jezusa Chrystusa Prowincja Polska, 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 Polsce⁶. 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 kościołem⁷.

Wikipedia to wiedza zdobyta z wcześniej przywołanych stron⁸. 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. Pozostałe jedynie wspominają o zakonie i nie służą do oficjalnej korespondencji.

Powyższe strony prowadzą do wyciągnięcia wniosków, że główna strona internetowa 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 (8.03.2022).

7 Kościół CR » Kościół Zmartwychwstania Pańskiego, 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 YouTube⁹.

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”¹⁰. 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 zakonu jest ukierunkowany w stronę człowieka. Możemy śmiało powiedzieć nasze zmartwychwstanie smutne by było, gdyby nie młodzi”¹¹. 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 kontynuację 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.

Powyższe 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 kluczowe¹²:

- ♦ *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 (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).

