


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 wiedzy¹.

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 treści².

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 relacji³.

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 relacjach⁴.

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)⁵. 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 docelowej⁶.

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 firm⁷.

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)⁸.

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 treści⁹.

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 [@poczatekwiecznoscipol](https://www.instagram.com/poczatekwiecznoscipol) jest prowadzony przez młode małżeństwo — Monikę i Marcina Gomułek. W BIO¹⁰ profilu *Początek Wieczności* można przeczytać:

Tu Monia i Marcin.

Adaś, Zuzia, Alicja.

DOM, małżeństwo, rodzicielstwo.

Wiara, Nadzieja, MIŁOŚĆ¹¹.

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 [@poczatekwiecznoscipol](https://www.instagram.com/poczatekwiecznoscipol) w serwisie Instagram, <https://www.instagram.com/poczatekwiecznoscipol/> (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 młodzieży, 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 TVP¹².

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 *Studia 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 duchową¹³.

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 relację¹⁴.

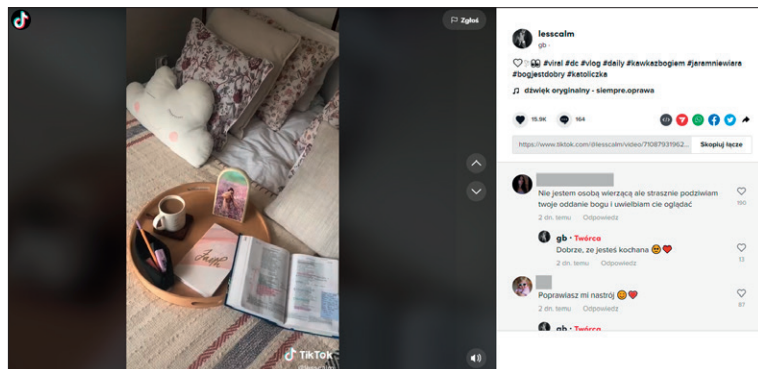
Na swoim tiktokowym profilu zamieszcza takie filmy, jak:

- 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*”¹⁵.

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 pobrań¹⁶.

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).

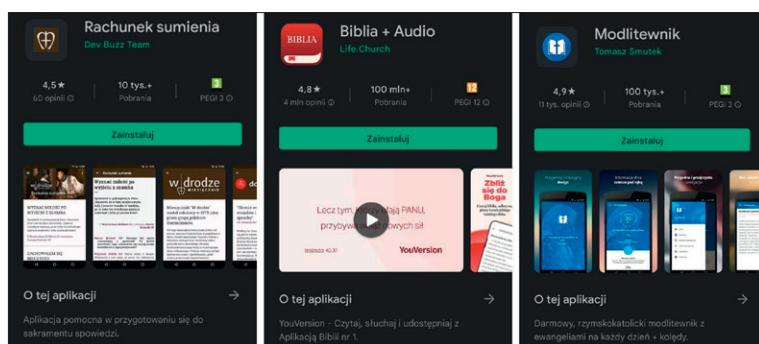
Powyższe aplikacje zawierają tekst Pisma Świętego dostępny w wersji elektronicznej oraz, w większości, komentarze do poszczególnych fragmentów. *Biblia dla Dzieci* dodatkowo wzbogacona jest ilustracjami, które mają ułatwić najmłodszym wiernym zrozumienie słowa Bożego. Dostęp do Biblii w formie elektronicznej 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 pobrań¹⁷.

Rycina 5. Ewangelizacja poprzez aplikacje



Źródło: <https://play.google.com/>

¹⁷ 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*”¹⁸. 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-

¹⁸ 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*”¹⁹. 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-spoecznościowe;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).