

JOANNA CABAK

Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie

Wydział Nauk Społecznych

e-mail: joannacabak@gmail.com

ORCID: 0000-0001-7993-3900

DOI: 10.34813/ptr1.2020.4

## **#PolishKsiądz – Instagram miejscem ewangelizacji**

#Polishpriest – Instagram as a place of evangelization

---

**Abstract.** New communication technologies mean that a significant part of human activities are beginning to take on a digital dimension, including religious activities. Instagram is the social medium that changes the approach to virtual communication. The presence of every social group in it creates a challenge for the Catholic Church, for which the main task is evangelization. The analysis of the most popular accounts of Polish priests on Instagram, the only active bishop's profile, a review of selected profiles of other priests and male religious congregation shows that Instagram is becoming the new pulpit from which the Gospel is proclaimed.

**Keywords:** communication, evangelization, Network, social media, religion

### **Wprowadzenie**

**N**ieustanny rozwój świata, zachodzące procesy globalizacji i modernizacji dotyczą właściwie każdej dziedziny życia. Nowe technologie komunikacji oraz media społecznościowe przyczyniają się do tego, że trudno mówić o podziale na świat realny i wirtualny, gdyż granice między nimi zacierają się, a cyfrowość zaczyna być cechą charakterystyczną współczesnego świata. Ich wpływ jest widoczny od życia publicznego po prywatne, w tym także na sposób przeżywania wiary.

Jeszcze 40 lat temu nie do pomyślenia była rozmowa z osobami mieszkającymi na drugiej półkuli, a dzisiaj wystarczy mieć smartfon z dostępem do sieci. To samo dotyczy praktykowania religii, która dzięki rozwojowi technologii przechodzi na nowy poziom. Nie dziwią już aplikacje mające pomóc w modlitwie, strony wspólnot i parafii na Facebooku. Sam papież Franciszek wykorzystuje media społecznościowe, aby dotrzeć ze swoim orędziem w najdalsze zakątki świata.

W tym miejscu mogą zrodzić się pytania o to, jak social media zmieniają religijność? Czy mogą być miejscem ewangelizacji? Czy można w nich spotkać duchownych? A co najważniejsze – czy można w nich spotkać Boga? Odpowiedzi na te pytania wyłonią się z analizy zawartości treści profili polskich duchownych na Instagramie opartej na nauczaniu Magisterium Kościoła Katolickiego oraz źródeł z zakresu nauki o komunikowaniu społecznym i mediach.

## Instagram rewolucjonistą

Media społecznościowe swoje początki mają w latach 80. XX wieku, kiedy zaczęły powstawać pierwsze czaty, na których użytkownicy mogli wymieniać się wiadomościami. Następna dekada przyniosła pierwsze serwisy społecznościowe oraz blogi, które na początku nowego tysiąclecia były kolejne rekordy popularności. Portal, który zmienił oblicze mediów społecznościowych, czyli Facebook, został założony w 2004 roku i łączył w sobie funkcje dostępne w jego poprzednikach, takie jak: tworzenie profili osobowych, możliwość zawierania znajomości, publikowanie tekstów, a z czasem zdjęć oraz filmów (Levinson, 2010).

Serwisem, który zrewolucjonizował podejście do social mediów, jest Instagram, założony w 2010 roku przez Kevina Systorma (Huey i Yazdanifard, 2014). Nazwa tego nowego medium to połączenie dwóch słów: *instant* oraz *camera*, co w tłumaczeniu pokazuje celowość serwisu, czyli natychmiastowe udostępnienie zrobionego zdjęcia. Również logo portalu bezpośrednio nawiązuje do nazwy oraz misji, gdyż jest stworzone na wzór polaroida, aparatu fotograficznego wywołującego od razu zrobione zdjęcie.

W odróżnieniu od innych serwisów Instagram od samego początku zakładał działanie na podstawie obrazu, gdyż, jak przyznał sam założyciel, „używamy obrazów, aby rozmawiać ze sobą, komunikować innym co robimy, co myślimy, żeby opowiadać historie robimy, co myślimy, żeby opowiadać historie” (Bugbee, 2019) i obecnie zdjęcia jako podstawa działania tego serwisu są publikowane w liczbie 100 mln dziennie (Newberry, 2019).

Przez 9 lat funkcjonowania serwisu pojawiło się wiele aktualizacji mających na celu podniesienie poziomu oraz dostosowanie się do obecnych

trendów technologicznych i potrzeb użytkowników. Jedną z ważniejszych zmian było wprowadzenie w sierpniu 2016 roku funkcji Instagram Stories, która pozwala na tworzenie krótkich historii z nagrań wideo, zdjęć, z możliwością dodawania tekstów, emotikonów, różnych funkcyjnych naklejek, a następnie publikowanie ich na 24 godziny (Bień, 2016). Spowodowało to jeszcze większą aktywność użytkowników, którzy coraz chętniej dzielą się historiami ze swojego życia.

Pierwsze dwa miesiące przyniosły Instagramowi milion użytkowników, rok później było ich już 3 mln, a w 2012 roku zanotowano 80 mln użytkowników (Kuchta-Nykiel, 2017). W czerwcu 2018 roku ogłoszono, że liczba użytkowników korzystających z serwisu w ciągu miesiąca przekroczyła 1 mld, a z funkcji Instagram Stories korzysta codziennie ponad 500 mln osób (Newberry, 2019). Dane statystyczne pokazują, jak wielki jest potencjał drzemący w tym serwisie, a kolejne rekordy polubień zdjęć czy ilości obserwujących dowodzą, jak istotnym elementem życia społecznego jest ten portal.

Z prostej aplikacji, dzięki której można publikować zdjęcia, Instagram został przeobrażony w serwis skupiający wokół siebie miliardy użytkowników, chętnie dzielących się prywatnym życiem, w tym także swoją wiarą, czego przykładem są liczne posty pod hashtagami z nią związanymi.

## **Ewangelizacja w social mediach w nauczaniu Kościoła**

Kościół jest obecny w social mediach, poczynawszy od wiernych świeckich, przez duchownych, po jego głowę – papieża Franciszka, ale oprócz obecności od 30 lat o nich nauczają, w dużej mierze dotykając tej kwestii w orędziach na Światowe Dni Środków Społecznego Przekazu.

Pierwszym papieżem, który zaczął poruszać ten temat, jest Jan Paweł II, który w orędziu na 24. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu „Misja w erze komputerów” w 1990 roku zauważył, że Kościół powinien korzystać ze zdobyczy techniki w dziele ewangelizacji (Jan Paweł II, 1990). W 2001 roku w orędziu na 35. ŚDŚSP „Rozgłaszajcie to na dachach: Ewangelia w epoce globalnej komunikacji” głowa Kościoła podkreśliła możliwości Internetu, dzięki któremu można trafić do niezliczonej grupy odbiorców, co daje jeszcze większe szanse na przekazanie Słowa Bożego światu (Jan Paweł II, 2001). Kolejne orędzie, w całości poświęcone nowym sposobom komunikowania się, zostało ogłoszone w 2002 roku na 36. ŚDŚSP „Internet: nowe forum głoszenia Ewangelii”. Wybrzmiewa z niego przekaz, że „Internet, podobnie jak inne narzędzia komunikacji, jest środkiem, a nie celem samym w sobie” (Jan Paweł II, 2002), mogącym być wykorzystanym do dzielenia się Dobrą Nowiną.

W tym samym roku zostały opublikowane przez ówczesną Papieską Radę ds. Środków Społecznego Przekazu dwa dokumenty, będące uzupełnieniem treści orędzia: „Kościół a Internet” oraz „Etyka w Internecie”, w których zostały zawarte rady i przestrogi dotyczące korzystania z Sieci, nie tylko dla Kościoła, ale generalnie dla ludzkości (Wajs, 2019). Po ogłoszeniu tych dokumentów Jan Paweł II zwrócił się do uczestników zgromadzenia plenarnego Papieskiej Rady ds. Środków Społecznego Przekazu, przypominając o istocie ewangelizacji w mediach, czyli tym, że „opracowując plany, nie możemy nigdy zapominać, że to Chrystus jest Dobrą Nowiną!” (Jan Paweł II, 2002). Patrząc na cały pontyfikat papieża Polaka, można zauważyć jego wielką ciekawość i troskę o to, aby Ewangelia była głoszona na wszelkie możliwe sposoby, w tym także przy wykorzystaniu mediów społecznościowych. Chociaż Jan Paweł II nie używał tego terminu, to w nauczaniu wielokrotnie poruszał tę kwestię, dzieląc się trafnymi spostrzeżeniami, które są również dzisiaj aktualne, co jest ciekawe z perspektywy czasu, gdyż robił to równoległe z powstawaniem social mediów, a Facebook dopiero co powstał, pod koniec jego życia.

Kolejny pontyfikat, Benedykta XVI, przyniósł wiele bogactwa w nauczaniu Kościoła o mediach społecznościowych, ale też wykorzystanie ich przez samego papieża. Po raz pierwszy ojciec święty poruszył temat social mediów w 2009 roku w orędziu na 43. ŚDŚSP „Nowe technologie, nowe relacje. Trzeba rozpowszechniać kulturę szacunku, dialogu i przyjaźni”, w którym przypomniał o tym, że są one darem od Boga i należy je wykorzystywać, również do świadczenia o relacji z Jezusem (Benedykt XVI, 2009). W następnym roku w orędziu na 44. ŚDŚSP „Kapłan i duszpasterstwo w cyfrowym świecie: nowe media w służbie Słowa” papież zwrócił się szczególnie do księży, zwracając uwagę, że „także w świecie cyfrowym trzeba ukazać, że pełna miłości Boża troska o nas w Chrystusie to nie przeszłość ani też uczona teoria, lecz bardzo konkretna i aktualna rzeczywistość” (Benedykt XVI, 2010). Orędzie na 45. ŚDŚSP „Prawda, przepowiadanie i autentyczność życia w erze cyfrowej” z 2011 roku przypomina o konieczności bycia autentycznym w social mediach, będąc również zwykłym użytkownikiem, który nie zakłada z góry ewangelizacji przez nie, gdyż bycie chrześcijaninem to „również konsekwentne świadectwo na własnym profilu cyfrowym oraz w sposobie przekazywania, wyborów, preferencji i osądów, które powinny być w pełni zgodne z Ewangelią, nawet jeśli wprost o niej nie mówią” (Benedykt XVI, 2011). W 2012 roku w orędziu na 46. ŚDŚSP „Milczenie i słowo drogą ewangelizacji” Benedykt XVI skupił się na konieczności znalezienia równowagi między milczeniem i głoszeniem w świecie przepełnionym komunikatami, wzmożonymi m.in. przez social media. Jest to kwestia szczególnie ważna dla ewangelizatorów, gdyż słowo i milczenie są dwoma nieodłącznymi czynnikami działań ewangelizacyjnych Kościoła

w środkach społecznego przekazu (Benedykt XVI, 2012). W ostatnim swoim orędziu na 47. ŚDŚSP „Portale społecznościowe: bramy prawdy i wiary; nowe przestrzenie dla ewangelizacji” papież w całości skupił się na wykorzystaniu social mediów w dziele ewangelizacji, podkreślając na koniec, że „ostatecznie jednak, jeśli nasze dzielenie się Ewangelią może wydać dobre owoce, to dokonuje się to zawsze dzięki wewnętrznej mocy Słowa Bożego, które porusza serca, zanim jeszcze podejmiemy jakikolwiek wysiłek” (Benedykt XVI, 2013). Pontyfikat Benedykta XVI wniósł wiele praktycznych rad i zaleceń dla osób chcących ewangelizować za pomocą mediów społecznościowych. Sam papież 12 grudnia 2012 roku założył konto na Twitterze, na którym były publikowane krótkie refleksje o Słowie Bożym, dając tym samym przykład (Wajs, 2019).

W nauczaniu papieża Franciszka również odnajdziemy dokumenty, w których skupia się na social mediach oraz ewangelizacji w nich. W pierwszym swoim orędziu na 48. ŚDŚSP „Przekaz w służbie autentycznej kultury spotkania” papież zauważa, że konieczne jest otwieranie drzwi kościołów, również w środowisku cyfrowym, po to, żeby Ewangelia mogła przekraczać progi i wychodzić na spotkanie drugiego człowieka (Franciszek, 2014). Drugim orędziem, w którym Franciszek poruszał kwestię ewangelizacji za pomocą mediów społecznościowych, jest orędzie na 53. ŚDŚSP „«Wszyscy tworzymy jedno» (Ef 4, 25). Od wirtualnych wspólnot społecznościowych do wspólnot ludzkich”, w którym podkreślona została rola spotkania w świecie realnym, bez którego działania wyłącznie cyfrowe mogą okazać się bezcelowe (Franciszek, 2019). Mimo że papież Franciszek znacznie mniej mówił w orędziach o ewangelizacji w social mediach, jego postawę można uznać za bardzo otwartą, o czym świadczą nie tylko te dwa dokumenty, ale sama działalność papieża w sieci. Po objęciu Stolicy Apostolskiej kontynuował prowadzenie konta na Twitterze, w 2016 roku założył konto na Instagramie, co miesiąc na YouTube publikowane są papieskie intencje modlitewne w formie wideo. Bardzo często w jego nauczaniu, szczególnie do ludzi młodych, można odnaleźć porównania zaczerpnięte z języka mediów społecznościowych, jak chociażby podczas Światowych Dni Młodzieży w Panamie, gdzie porównał Maryję do influencera, który jako pierwszy niósł w świat Boga.

Zestawiając 30-letnie nauczanie Kościoła o social mediach oraz ich roli w dziele ewangelizacji można stwierdzić, że właściwie od samego początku powstawania tych nowych form komunikacji dostrzegano wielki potencjał, jaki w nich jest. Nad wyraz pozytywne nastawienie i otwartość ze strony papieża świadczy o ich wielkim zaufaniu, bez którego nie można by w ogóle mówić o głoszeniu Dobrej Nowiny w mediach społecznościowych. Kościół obserwując zachodzące zmiany, badając potrzeby współczesnego człowieka, staje przed wyzwaniem zrozumienia i nauki nowych technologii, które towarzyszą

ludzkości każdego dnia, zacierają granice między wirtualnością a rzeczywistością, ale też stają się miejscem ewangelizacji, co podkreślił Benedykt XVI, mówiąc, że „umiejętność korzystania z nowych języków potrzebna jest nie tyle, aby nadążyć za duchem czasu, ale właśnie po to, żeby pozwolić nieskończonemu bogactwu Ewangelii znaleźć takie formy wyrazu, które byłyby w stanie dotrzeć do umysłów i serc wszystkich ludzi” (Benedykt XVI, 2013).

## **Praktyczne wykorzystanie nauczania**

Wykorzystanie nauczania Kościoła o social mediach i ich roli w ewangelizacji można dostrzec w przestrzeni cyfrowej. Powstaje wiele oddolnych inicjatyw świeckich, którzy poczuwają się w obowiązku do głoszenia Słowa poprzez taką formę. Oprócz działań nieformalnych istnieje szereg usystematyzowanych inicjatyw wychodzących z Watykanu, episkopatów, diecezji, wspólnot, a także duchownych, którzy również są obecni w tej przestrzeni.

Polscy księża są zaprzyjaźnieni z nowymi formami komunikacji i chętnie je wykorzystują w ramach duszpasterstwa. Medium społecznościowym niezwykle popularnym wśród polskiego duchowieństwa jest Twitter, na którym publikuje wielu biskupów oraz kapłanów. Warto w tym miejscu wyróżnić konto bp. Marka Solarczyka, który od 2013 roku codziennie publikuje krótkie rozważanie o Słowie z dnia (Solarczyk, n.d.). Serwisem dużo mniej popularnym wśród polskich kapłanów jest Instagram, jednak mimo mniejszej liczby kont można zauważyć, że księża coraz bardziej zaprzyjaźniają się z tym kanałem komunikacji. Może to wynikać z generalnego wzrostu popularności Instagrama w społeczeństwie i dostrzeżenia możliwości dotarcia z orędziem Ewangelii do osób obecnych w tej przestrzeni.

Zapewne inspiracją do wzmożonej aktywności duchownych był sam papież Franciszek, który założył konto 19 marca 2016 roku i po 12 godzinach obserwoowało go już milion osób (Mogg, 2016). Na profilu papieża znajdziemy zdjęcia oraz fragmenty wideo opatrzone podpisami nawiązującymi do wydarzenia przedstawionego na fotografii lub z fragmentem nauczania papieża Franciszka, w kilku wersjach językowych. Oprócz publikowania postów na siatce, na profilu pojawiają się relacje poprzez funkcję Instagram Stories. Pierwsza z nich była bardzo wymowna, gdyż było to zdjęcie papieża, który podczas inicjatywy „24h dla Pana” przystąpił do spowiedzi. Relacje najczęściej zamieszczane są z oficjalnych wizyt ojca świętego. Konto nie jest prowadzone osobiście przez papieża, co jest zrozumiałe ze względu na specyfikę jego pracy, jednak mimo to należy podkreślić, że ojciec święty jest baczny obserwatorem i sam był inicjatorem założenia tego konta, o czym mówił Kevin Systrom, założyciel Instagrama,

który spotkał się z papieżem w Watykanie (Bugbee, 2019). Otwartość głowy Kościoła na możliwości tego serwisu jest równocześnie zachętą do tego, aby wykorzystywać go w misji ewangelizacji, co można zauważyć w działalności polskich kapłanów.

## **#Polishksiadz – polscy duchowni na Instagramie**

Szukając informacji o tym, ilu polskich księży korzysta z Instagrama, należy wziąć pod uwagę aspekty techniczne tego serwisu, czyli opcję prowadzenia profilu prywatnego lub publicznego. Ta kwestia od razu zarysowuje nam, iż wyniki wyszukiwania nie będą pełne, gdyż części kont po prostu nie da się wyszukać, a analiza dotyczy wyłącznie kont publicznych. Drugą kwestią jest możliwość prowadzenia profilu pod jakąkolwiek nazwą, dlatego w badaniu zostały uwzględnione konta, które z całą pewnością należą do osób duchownych katolickich, o czym świadczy nawiązanie do tego w nazwie, opisie lub zdjęciu profilowym. Szczegółowej analizie zawartości treści zostały poddane 3 najbardziej popularne profile polskich kapłanów na Instagramie. Oprócz tego został przedstawiony profil jedyne polskiego biskupa aktywnie prowadzącego konto na Instagramie oraz przegląd profili zgromadzeń zakonnych męskich i kilku mniej popularnych kont polskich kapłanów, które wyróżniają się sposobem ich prowadzenia.

Najpopularniejszym polskim duchownym w sieci jest o. Adam Szustak OP, znany w social mediach pod nazwą „Langusta na Palmie”. Dominikanina nie mogło zabraknąć również na Instagramie, gdzie od 2015 roku zgromadził 117 tys. obserwujących i zamieścił 93 posty (Langusta na palmie, n.d.). Nazwa, opis oraz zdjęcie profilowe są identyczne jak na innych social mediach o. Szustaka, co wskazuje na to, że jego działalność w Internecie jest oparta na pewnej strategii, czego duchowny nie ukrywa i wielokrotnie w różnych vlogach przyznawał, że za „Langustą” stoi zespół ludzi. Opisy postów wskazują, iż autorem jest sam Szustak, a jego relacje na Instagram Stories oraz relacje live nie pozostawiają wątpliwości, że sam zajmuje się prowadzeniem profilu. Publikowane fotografie zazwyczaj są jego autorstwa, a jeśli nie, to wskazuje, kto nim jest. Tematyką zazwyczaj nawiązuje do swojej działalności kaznodziejskiej, podróży, prowadzonych cykli na YouTube. Oprócz postów czasami pojawiają się relacje na story oraz live, podczas których ojciec modli się wspólnie z obserwującymi. Profil nie jest prowadzony bardzo regularnie, ale za każdym razem, kiedy coś zostanie opublikowane, nowa treść wzbudza zaangażowanie. Duchowny na Instagramie ewangelizuje w dwojaki sposób: poprzez świadectwo oraz przez głoszenie wprost. Ten pierwszy typ jest widoczny przede wszystkim w pu-

blikowanych postach, w których dzieli się swoim życiem, które nieodłącznie jest związane z wiarą, a drugi w relacjach live, podczas których modli się oraz czasami porusza konkretne tematy.

Drugim co do popularności duchownym na Instagramie jest o. Grzegorz Kramer SJ, który od 2014 roku opublikował 2998 postów, a obserwuje go 21,2 tys. osób (Kramer, n.d.). Zdjęcie profilowe, nazwa oraz opis jasno wskazują, że profil należy do osoby duchownej. Jezuita publikuje praktycznie codziennie, a posty nawiązują do jego życia jako proboszcza, blogera, autora książek, ale też bezpośrednio do wiary i wydarzeń polityczno-społecznych. Zwykle sam jest autorem fotografii, ale spora ilość z nich jest niewiadomego pochodzenia. Podobnie jak o. Szustak, o. Kramer przeplata świadectwo życia z treściami wprost głoszącymi Dobrą Nowinę. Rozpoznawalnym hashtagem, którego często używa, jest #Bógjestdobry, a ten tekst jest też jego tatuażem. Często pojawiają się relacje na Instagram Stories będące odnośnikami do opublikowanego zdjęcia lub wpisu na blogu. Styl jego komunikacji często wzbudza kontrowersje, co zwykle wywołuje dyskusję w komentarzach, jednak mimo to o. Grzegorz używa Instagrama do tego, aby ewangelizować przez niego.

Trzecim pod względem popularności kapłanem na Instagramie jest ks. Paweł Michalczewski, znany w sieci jako „Ksiądz na rowerze”. Założył konto w 2015 roku i zgromadził wokół siebie 18 tys. obserwujących (Michalczewski, n.d.). Zdjęcie profilowe to logo bloga, który prowadzi, nazwa i opis wskazują dokładnie, kim jest duchowny – od imienia i nazwiska, przez funkcje pełnione w parafii, po pasje. 1266 zdjęć to uchwytowanie różnych momentów jego życia, takich jak wikariusz, katecheta w szkole, kapelan ZHR, zapalony kolarz. Większość zdjęć jest jego autorstwa i są wykonane w bardzo dobrej jakości, a jeśli on sam nie jest autorem, gdyż to fotografie z różnych uroczystości, to podpisuje autora. Można odnaleźć wiele fotografii, które przedstawiają jego pasję do rowerów, ale też sporo zdjęć krajobrazów, przyrody czy też z kościoła. W opisach często bezpośrednio zwraca się do odbiorców, obiecując modlitwę czy też życząc dobrego dnia. Na profilu ks. Pawła przeważają treści ewangelizacyjne przez świadectwo życia.

Cechą wspólną wszystkich trzech duchownych jest ich działalność w Sieci, która zaczęła się przed założeniem konta na Instagramie. Podobny jest również styl działań ewangelizacyjnych, które w dużej mierze opierają się na dzieleniu się swoim życiem z obserwującymi. Tworzy to interesujący obraz pokazujący, że kapłan nie musi wprost głosić Dobrej Nowiny, ale również może to robić poprzez swoją obecność w takich miejscach jak Instagram. Sprawia to, iż zmniejsza się dystans i osoba szukająca odpowiedzi na pytania dotyczące wiary może poczuć się pewniej, gdy zobaczy, że ksiądz jest tak jak ona zwykłym użytkownikiem tego serwisu, który wie, co to selfie.

Jedynym polskim biskupem aktywnie działającym na Instagramie jest bp Marek Solarczyk. Założył konto w październiku 2016 roku, do tej pory opublikował 165 postów i obserwuje go 2519 osób (Solarczyk, n.d.). Zdjęcie profilowe jasno wskazuje, przez kogo jest prowadzone konto, a opis zawiera jedynie imię i nazwisko. Udostępniane zdjęcia w dużej mierze są jego autorstwa, a tematyką nawiązują bezpośrednio do wiary, posługi biskupiej, wydarzeń z życia. Opisy stosowane przez biskupa są krótkie, mówią o danej fotografii lub są rozważaniem Ewangelii, patrona dnia. Raczej nie stosuje hashtagów, wyjątek stanowią posty dotyczące pieszej pielgrzymki, w której bierze udział. Mimo że zdjęcia nie pojawiają się często, a ogół profilu nie wskazuje na stosowanie przygotowanej wcześniej strategii, to profil zyskuje na tym, że odbiorca może mieć pewność, iż jest on prowadzony przez samego biskupa, co daje poczucie bezpośredniego kontaktu z hierarchą, który jest obecny w tym medium społecznościowym.

Oprócz najbardziej popularnych duchownych i biskupa Solarczyka na Instagramie prowadzą swoje konta księża nieznani na tak wielką skalę, jednak swoim stylem publikowania w tym serwisie wyróżniający się. Jednym z nich jest ks. Mateusz Dudkiewicz, który publikuje krótkie filmiki, zazwyczaj nagrywane w samochodzie, nawiązujące do Słowa Bożego z danego dnia lub innych wydarzeń religijnych. Robi to w charakterystyczny sposób, witając się z obserwującymi za każdym razem w trochę przerysowany sposób, charakteryzując swój przekaz na styl amerykańskiej telewizji (Dudkiewicz, n.d.). Kolejny wyróżniający się profil jest prowadzony przez o. Przemka Wysogłada SJ, który publikuje na nim swoje prace plastyczne nawiązujące bezpośrednio do wiary (Wysogład, n.d.). Księdzem wprost ewangelizującym na Instagramie jest ks. Łukasz Romańczuk prowadzący profil @droga\_ze\_słowem, który publikuje na nim zdjęcia ręcznie pisanych na karteczkach fragmentów Biblii (Romańczuk, n.d.). Jest wiele innych profili polskich kapłanów na Instagramie, jednak w dużej mierze mają one podobny styl prowadzenia, czyli dzielenie się swoim życiem. Zwykle profile te niczym nie różnią się od kont zwykłych użytkowników, oprócz tego, że publikowane są zdjęcia w koloratkach, z uroczystości religijnych.

W polskiej przestrzeni Instagrama można zaobserwować również obecność profili męskich zgromadzeń zakonnych, które coraz prężniej działają w tym serwisie. Spośród 16 zakonów prowadzących konta 5 z nich jest nieaktywna od co najmniej pół roku. Pozostałe prowadzone są regularnie, z różną częstotliwością publikowania. Niektóre zgromadzenia, takie jak dominikanie, posiadają wiele kont związanych z konkretnymi placówkami. Powtarzającym się brakującym elementem w profilach jest brak sprecyzowania opisu, tj. podania dokładnego opisu, jakie to zgromadzenie, prowincja, linku do strony internetowej. Profil wcześniej wspomnianych dominikanów posiada te dane,

jednak sam opis jest w języku angielskim, a cały profil prowadzony jest w języku polskim. Analizując profile zgromadzeń, trudno doszukiwać się w nich profesjonalnej strategii prowadzenia, jednak ten brak nie wyklucza działań ewangelizacyjnych. W odróżnieniu od profili konkretnych księży, na kontach zgromadzeń znajduje się dużo więcej treści wprost ewangelizujących. Zazwyczaj są to grafiki albo fotografie nawiązujące do kalendarza liturgicznego. Oprócz tego pojawiają się zdjęcia z życia wspólnoty oraz Kościoła. Rosnąca liczba zgromadzeń męskich na Instagramie i ewangelizacji poprzez ten kanał wskazuje na wychodzenie z progów świątyń do miejsc, w których ludzie potrzebują obecności duchownych.

## Podsumowanie

Nauczanie Magisterium Kościoła, mimo że wprost nie mówi o Instagramie, od wielu lat wskazuje na istotną rolę mediów społecznościowych w dziele ewangelizacji, a ten serwis, zyskujący na popularności, z którego korzysta sam papież Franciszek, okazuje się być dobrą przestrzenią do głoszenia Słowa Bożego, gdyż w nim też są obecni ludzie potrzebujący usłyszeć o Jezusie.

W polskiej przestrzeni serwisu Instagram jest wiele treści związanych z wiarą. Pod hashtagami #ewangelizacja, #Bóg, #Jezus, #Bógjestdobry można znaleźć wiele postów, w których ludzie dzielą się swoją wiarą. Wśród użytkowników zamieszczających treści o charakterze ewangelizacyjnym są też księża, których konta zostały poddane analizie zawartości treści.

Przedstawiona analiza najpopularniejszych duchownych na Instagramie, jednego biskupa, przegląd kilku kont mniej popularnych kapłanów oraz męskich zgromadzeń zakonnych jasno pokazuje, że polscy księża ewangelizują na Instagramie. Obecność duchownych w tym serwisie nie jest nowością, bowiem wielu z nich prowadzi konta od kilku lat, a część z nich mogła korzystać z niego jeszcze przed rozpoczęciem formacji w seminarium. Podobnie jak prowadzone przez księży profile na Facebooku czy Twitterze, tak te na Instagramie są zwykle częścią ich życia, w której dzielą się tym, co się u nich dzieje. Mają one charakter prywatny, chociaż dostęp publiczny, i gdyby nie publikowane zdjęcia w stroju duchownym czy opisy nawiązujące do tego, kim są, to trudno byłoby odróżnić ich od osób świeckich. Taki styl bycia na Instagramie jest też formą ewangelizacji poprzez świadectwo, a publikując posty podobnie do zwykłych użytkowników, duchowni przydają im autentyczności.

Wyniki analizy, oprócz potwierdzenia tezy, iż polscy duchowni ewangelizują na Instagramie, budzą pytanie o to, czy taka działalność powinna być unormowana ogólnie przez instytucję Kościoła katolickiego, gdyż księża pu-

blikujący na tym serwisie wypowiadają się publicznie w przestrzeni medialnej, czasami odchodząc od tematów wyłącznie ewangelizacyjnych. Rozwiązaniem wydaje się być edukacja medialna biskupów, kapłanów, kleryków w temacie mediów społecznościowych, ze szczególnym uwzględnieniem Instagrama, jego specyfiki, nauczania Kościoła w tym temacie oraz fundamentów nauki o komunikacji społecznej i mediach.

## Literatura

- Benedykt XVI. (2009). *Orędzie na 43. ŚDŚSP Nowe technologie, nowe relacje. Trzeba rozpowszechniać kulturę szacunku, dialogu i przyjaźni*. <https://www.paulus.org.pl/224,43-sdssp-benedykt-xvi-2009> [27.12.2019].
- Benedykt XVI. (2010). *Orędzie na 44. ŚDŚSP Kapłan i duszpasterstwo w cyfrowym świecie: nowe media w służbie Słowa*. <https://www.paulus.org.pl/223,44-sdssp-benedykt-xvi-2010> [27.12.2019].
- Benedykt XVI. (2011). *Orędzie na 45. ŚDŚSP Prawda, przepowiadanie i autentyczność życia w erze cyfrowej*. <https://www.paulus.org.pl/222,45-sdssp-benedykt-xvi-2011> [27.12.2019].
- Benedykt XVI. (2012). *Orędzie na 46. ŚDŚSP Milczenie i słowo drogą ewangelizacji*. <https://www.paulus.org.pl/221,46-sdssp-benedykt-xvi-2012> [27.12.2019].
- Benedykt XVI. (2013). *Orędzie na 47. ŚDŚSP Portale społecznościowe: bramy prawdy i wiary; nowe przestrzenie dla ewangelizacji*. <https://www.paulus.org.pl/220,47-sdssp-benedykt-xvi-2013> [27.12.2019].
- Bień A. (2016). *Jak firmy mogą sprytnie wykorzystać Instagram Stories do promocji swojej marki?* <https://socialpress.pl/2016/08/jak-firmy-moga-sprytnie-wykorzystac-instagram-stories-do-promocji-swojej-marki> [27.12.2019].
- Bugbee S. (2019). *In the 2010s, Instagram Became the World's Filter Co-founder Kevin Systrom on truth, scale, and influencers*. <https://www.thecut.com/2019/11/instagram-kevin-systrom.html> [27.12.2019].
- Dudkiewicz M. [@mateusz\_dudkiewicz]. (n.d.). Dane [Profil na Instagramie]. [https://www.instagram.com/mateusz\\_dudkiewicz](https://www.instagram.com/mateusz_dudkiewicz) [27.12.2019].
- Franciszek. (2014). *Orędzie na 48. ŚDŚSP Przekaz w służbie autentycznej kultury spotkania*. <https://www.paulus.org.pl/219,48-dzien-srodkow-spolecznego-przekazu-2014> [27.12.2019].
- Franciszek. (2019). *Orędzie na 53. ŚDŚSP Wszyscy tworzymy jedno» (Ef 4, 25). Od wirtualnych wspólnot społecznościowych do wspólnot ludzkich*. <https://www.paulus.org.pl/214,53-swiatowy-dzien-srodkow-spolecznego-przekazu-franciszek-2019> [27.12.2019].
- Huey L., Yazdanifard R. (2014). *How Instagram Can Be Used as a Tool in Social Network Marketing*. [https://www.academia.edu/8365558/How\\_Instagram\\_can\\_be\\_used\\_as\\_a\\_tool\\_in\\_social\\_network\\_marketing](https://www.academia.edu/8365558/How_Instagram_can_be_used_as_a_tool_in_social_network_marketing) [27.12.2019].
- Jan Paweł II. (1990). *Orędzie na 24. ŚDŚSP Misja w erze komputerów*. <https://www.paulus.org.pl/243,24-sdssp-jan-pawel-ii-1990> [27.12.2019].

- Jan Paweł II. (2001). *Orędzie na 35. ŚDŚSP Rozgłaszajcie to na dachach: Ewangelia w epoce globalnej komunikacji*. <https://www.paulus.org.pl/232,35-sdssp-jan-pawel-ii-2001> [27.12.2019].
- Jan Paweł II. (2002). *Dobra nowina w świecie mediów*. [https://opoka.org.pl/biblioteka/W/WP/jan\\_pawel\\_ii/przemowienia/rada\\_ssp\\_26022002.html](https://opoka.org.pl/biblioteka/W/WP/jan_pawel_ii/przemowienia/rada_ssp_26022002.html) [19.12.2019].
- Jan Paweł II. (2002). *Orędzie na 36. ŚDŚSP Internet: nowe forum głoszenia Ewangelii*. <https://www.paulus.org.pl/231,36-sdssp-jan-pawel-ii-2002> [27.12.2019].
- Kramer G. [@grzegorzkrmer]. (n.d.). Dane [Profil na Instagramie]. <https://www.instagram.com/grzegorzkrmer/> [27.12.2019].
- Kuchta-Nykiel M. (2017). *Instagram ma już 700 milionów użytkowników. Jak zmieniła się ich liczba w czasie?* <https://socialpress.pl/2017/04/instagram-ma-juz-700-milionow-uzytownikow-jak-zmieniala-sie-ich-liczba-w-czasie> [27.12.2019].
- Langusta na Palmie. [@langustanapalmie]. (n.d.). Dane [Profil na Instagramie]. <https://www.instagram.com/langustanapalmie/> [27.12.2019].
- Levinson P. (2010). *Nowe nowe media*. Kraków: Wydawnictwo WAM.
- Michalewski, P. [@ksiadznarowerze]. (n.d.). Dane [Profil na Instagramie]. <https://www.instagram.com/ksiadznarowerze/> [27.12.2019].
- Mogg T. (2016). *Pope's Instagram account hits a milion followers in record time*. <https://www.digitaltrends.com/social-media/pope-instagram-one-million> [27.12.2019].
- Newberry Ch. (2019). *37 Instagram Stats That Matter to Marketers in 2020*. <https://blog.hootsuite.com/instagram-statistics> [27.12.2019].
- Romańczuk Ł. [@droga\_ze\_slowem]. (n.d.). Dane [Profil na Instagramie]. [https://www.instagram.com/droga\\_ze\\_slowem](https://www.instagram.com/droga_ze_slowem) [27.12.2019].
- Solarczyk M. [@bpmsolarczyk]. (n.d.). Dane [Profil na Instagramie]. <https://www.instagram.com/bpmsolarczyk> [27.12.2019].
- Solarczyk M. [@bpmsolarczyk]. (n.d.). Dane [Profil na Twitterze]. <https://twitter.com/bpmsolarczyk> [27.12.2019].
- Wajs P. (2019). *Media społecznościowe jako przestrzeń głoszenia Słowa Bożego*. Warszawa: Elipsa.
- Wysogład P. [@przemowysoglad]. (n.d.). Dane [Profil na Instagramie]. <https://www.instagram.com/przemowysoglad> [27.12.2019].