

Radosław R. Czerwiński¹
radoslaw.czerwinski@student.uwm.edu.pl
Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie
ORCID: 0000-0003-0939-0554

YouTube jako narzędzie nowej ewangelizacji

YouTube – a Tool for New Evangelization

Cytowanie: Czerwiński R.R., 2022, *YouTube jako narzędzie nowej ewangelizacji*, Nurt SVD, t. 151, nr 1, s. 51-62

Streszczenie

Kościół nieustannie poszukuje nowych metod przekazywania treści wiary. Misyjny nakaz Jezusa nie ogranicza się tylko do podstawowym form, ale jest zaproszeniem do poszukiwania nowych dróg ewangelizacji, a także do kreatywnego wykorzystania pionierskich narzędzi. Nowoczesne formy i metody przekazu informacji dają różne możliwości. Wielu duszpasterzy i katechetów w kreatywny sposób – w ramach nowej ewangelizacji – próbuje je włączyć w dzieło rozkrzewiania wiary. Jedną z takich nowatorskich form jest portal YouTube, który poprzez darmowy dostęp do materiałów audio-wideo zachęca odbiorców do przyjęcia konkretnych informacji. Łatwość w dodawaniu własnych filmów sprawia, że coraz częściej ewangelizatorzy wybierają właśnie to miejsce, aby docierać z Dobrą Nowiną do jak największej liczby odbiorców. Nie każda jednak treść w tej wirtualnej przestrzeni jest dobra i wartościowa. Wiele z umieszczanych filmów, jak wynika z analizy portalu YouTube, jest słabej jakości, przekłamuje, wprowadza zamęt. Niniejsze opracowanie przedstawia wybrane treści ewangelizacyjne, które można odnaleźć na popularnym portalu YouTube.

¹ Ks. Radosław R. Czerwiński (ur. 1986), absolwent Wydziału Teologii Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego (UWM) w Olsztynie; licencjat z teologii moralnej uzyskał w Katolickim Uniwersytecie Lubelskim Jana Pawła II (2016); doktorant szkoły doktorskiej UWM w Olsztynie; instruktor harcerski, przewodnik turystyczny po Warmii; prefekt w Wyższym Seminarium Duchownym Metropolii Warmińskiej *Hosianum*.

Słowa kluczowe: formacja, nowa ewangelizacja, przekaz informacji, media społecznościowe przekazu, YouTube.

Abstract

The Church is constantly searching new methods of communicating the faith. Jesus' missionary mandate is not limited to basic forms but is an invitation to seek new ways of evangelization and use these tools creatively. Modern forms and methods of information transfer various possibilities. As part of the new evangelization a great number of pastors and catechists try to include them in the work of spreading faith in a creative way. One of such innovative forms is YouTube, which encourages recipients to assume specific information through free access to audio-video materials. The ease of adding own videos means that evangelizers more and more often choose this website to reach the largest possible audience with the Good News. However, not all content in this virtual space is good and valuable. According to the analysis of YouTube many of the videos posted are of poor quality, distorting and causing general confusion. This study presents selected evangelistic content that can be found on the popular YouTube website.

Keywords: YouTube, new evangelization, information transfer, mass media, formation.

Wstęp

Ostatnie słowa Jezusa, wypowiedziane przed wniebowstąpieniem, brzmiały: „Idźcie więc i nauczajcie wszystkie narody” (Mt 28,19). Ten mandat misyjny nakazuje uczniom Chrystusa poszukiwać wszelkich sposobów głoszenia Ewangelii. Dzisiejsze formy przekazu informacji są niezwykle bogate i dają wiele możliwości działania. Dzięki kreatywności i pomysłowości księży, teologów, katechetów świeckich czy misjonarzy istnieje wiele sposobów nauczania. Podstawowym zadaniem Kościoła jest ewangelizacja. Podkreśla to papież Paweł VI: „Obowiązek ewangelizacji należy uważać za łaskę i właściwe powołanie Kościoła; wyraża on najprawdziwszą jego właściwość. Kościół istnieje dla ewangelizacji” (Paweł VI, 2001, nr 14). Bez przekazu wiary wspólnota zaczyna umierać. W momencie pojawienia się przestrzeni wirtualnej, a w niej również portalu YouTube, rozpoczęły się działania, mające na celu wykorzystanie tego środka jako nośnika przekazu ewangelicznego.

W niniejszym artykule podjęta zostanie próba odpowiedzi na pytanie: w jaki sposób YouTube może służyć ewangelizacji? W tym celu zostanie zastosowana metoda analizy wybranych dokumentów

Kościola i nauczania papieży oraz literatury przedmiotu. Pozwoli ona ukazać – w sposób syntetyczny – pozytywne i negatywne aspekty związane z nową ewangelizacją, realizowaną za pośrednictwem portalu YouTube.

Artykuł podzielony zostanie na trzy części. Pierwsza z nich ukaze, czym jest YouTube i jakie konkretne treści ewangelizacyjne można w nim znaleźć. Druga przedstawi analizę wybranych treści ewangelizacyjnych, które można odnaleźć na portalu YouTube. Ostatnia stanowić będzie podsumowanie, czyli próbę znalezienia odpowiedzi na pytanie, czy rzeczywiście YouTube jest dobrym narzędziem ewangelizacji. W tekście zostanie ukazanych kilka problemów etycznych użytkowników YouTube'a, a także wynikające z nich konsekwencje.

Czym jest YouTube?

YouTube został utworzony w 2005 roku przez byłych pracowników firmy PayPal (Burgess i Green, 2011, s. 23). Z oficjalnej strony internetowej można dowiedzieć się, że serwis ten pozwala miliardom ludzi odkrywać, oglądać i udostępniać oryginalne filmy. Jest to platforma, na której ludzie z całego świata mogą poznawać się, uczyć się od siebie i inspirować się nawzajem. Sam tekst powitalny, umieszczony na stronie internetowej www.youtube.com, wskazuje, że priorytetem firmy „jest dać każdemu głos i pokazać go światu” (*About YouTube*, 2022). Twórcy portalu wierzą, że „każdy zasługuje na głos i że świat jest lepszym miejscem, kiedy słuchamy, dzielimy się i budujemy społeczność poprzez nasze historie” (*About YouTube*, 2022). Na całym świecie każdego dnia użytkownicy spędzają w Internecie średnio 6 godzin i 42 minuty. A to daje wynik ponad 100 dni roboczych w ciągu roku kalendarzowego (Kućko, 2019, s. 47). Najnowsze badanie z 2022 roku przeprowadzone przez Google's Advertising Resources i zespół Simona Kepios z Kepios Analysis (*Statystyki i trendy...*, 2022) ukazało, że z portalu YouTube korzysta 2,562 mld użytkowników, a ponadto że serwis ten zajmuje 2. miejsce wśród najbardziej aktywnych platform w świecie wirtualnym. Co minutę do sieci trafia ponad 300 filmów. W większości należą one do osób prywatnych (Stępkowski, 2017, s. 92). Każdego dnia na portalu YouTube umieszczanych bywa ponad 85 000 filmów, zajmujących około 2400 GB, a oglądanych jest ponad 100 mld filmów. Sam serwis przetłumaczono na 61 języków i dostępny jest on w 75 krajach (Stępkowski, 2017, s. 20).

Warto również zaznaczyć, że najczęściej z YouTube'a korzysta się poprzez urządzenia mobilne. W Polsce korzysta z niego 27,20 mln osób. Połowa polskich internautów ma mniej niż 35 lat, a aż 70% nastolatków codziennie słucha muzyki i ogląda wideo w Internecie (Stępkowski 2017, s. 20).

Już w 2013 roku Rzecznik Konferencji Episkopatu Polski ks. Józef Kloch poinformował, że co 10. spośród katolików publikujących w internecie korzysta z serwisu YouTube. Wskazał również, iż coraz więcej polskich duchownych zamieszcza (nawet codziennie) na YouTube treści ewangelizacyjne. Zatem portal ten staje się coraz bardziej popularnym narzędziem ewangelizacyjnym. Zalogowanych na nim użytkowników i odbiorców jest więcej niż chrześcijan na świecie. Dzięki swoim licznym funkcjom (proste udostępnianie poprzez inne sieci społecznościowe, możliwość subskrypcji, śledzenie komentarzy i opinii internautów) YouTube sprawia, iż łatwo dociera się do wielkiej liczby osób (Goławski, 2013). *Kodeks prawa kanonicznego* zobowiązuje wszystkich wiernych, którzy mają udział w użyciu środków społecznego przekazu, aby świadczyli pomoc pasterskiej działalności, tak by Kościół mógł także poprzez te środki skutecznie wypełnić swoją misję (kan. 822, pkt 3).

Przemysław Goławski z Polskiego Radia podkreśla, że obecne pokolenie opiera się na przekazie audiowizualnym. O wiele częściej w Internecie sięga się po materiały wideo niż materiał tekstowy. Dokładnie pokazują to badania internautów: 41% częściej materiały wideo zachęcają do „kliknięcia” niż zwykły tekst (Goławski, 2013).

Według A. Ciesiołki (2018, s. 108) całość materiału YouTube można podzielić na poszczególne grupy tematyczne: muzyczne, edukacyjne, informacyjne, wideoblogi (vlogi), poradniki, wywiady, animacje wideo, materiały związane z hobby oraz gramy. Często w jednym filmie przeplata się kilka typów. Natomiast jeżeli analizujemy YouTube, biorąc pod uwagę tylko materiały ewangelizacyjne, to można podzielić je na następujące grupy: filmy związane z Pismem Świętym i nauczaniem Kościoła (katechezy, wywiady, opinie, filmy składające do myślenia lub mające zwrócić uwagę na konkretny problem), materiały prezentujące muzykę i teledyski religijne, świadectwa. Inne filmy, które zachęcają do naśladowania (pantomimy, przedstawienia, happeningi, FlashMob, relacje z wydarzeń w Kościele itd.), są niejako zaproszeniem do konkretnego dzieła ewangelizacyjnego (np. reklama wspólnot, informacje o rekolekcjach czy wydarzeniach).

Wiele kanałów YouTube zaprasza użytkowników do modlitwy, medytacji, dzielenia się słowem Bożym. Benedykt XVI w Orędziu

na 47. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu podkreślił, że to właśnie „może otworzyć także podwoje na inny wymiar wiary. Wiele osób odkrywa bowiem właśnie dzięki kontaktowi, który początkowo miał miejsce on-line, znaczenie kontaktu bezpośredniego, doświadczenia wspólnoty [...]. Szukając sposobów uobecnienia Ewangelii w środowisku cyfrowym, możemy zaprosić ludzi do przeżywania spotkań modlitewnych lub celebracji liturgicznych w konkretnych miejscach, takich jak kościoły czy kaplice” (Benedykt XVI, 2013, nr 9).

Pozytywne aspekty

Analiza zasobów internetowych pozwala dostrzec mocne strony ewangelizacji poprzez portal YouTube. Pierwszym z nich jest docieranie z kerygmatem do osób, które są poza Kościołem lub dawno od niego odeszły. Kolejny pozytywny aspekt związany jest z szerokim wachlarzem możliwości, jakie daje dzisiejsza technologia. Dzięki YouTube’owi można w prosty sposób przekazywać treści Ewangelii. Współcześnie liczy się szybkość, a portal ten pozwala w łatwy i bezpłatny sposób na wymianę treści.

Nowe media, a w nich YouTube, spełniają funkcję „transcendentaliów aksjologicznych” wyrażonych przez triadę prawdy, dobra i piękna (Mastalski, 2008, s. 131-141). Człowiek z natury poszukuje prawdy w świecie wirtualnym. To może pomóc, aby z przestrzeni on-line przejść do żywej i osobowej relacji z Bogiem i drugim człowiekiem, o ile zrozumiemy sens istnienia takich portali.

Kolejnym dobrem, jakie niesie YouTube, jest funkcja wychowawcza. Za pomocą tego portalu można bowiem promować uniwersalne wartości. Kiedy odbiorca darzy zaufaniem tego, kogo słucha, wtedy zaczyna się proces formacyjny. YouTube daje też nowe możliwości, aby zachwyć odbiorcę poprzez obraz i dźwięk. Sprzyja przekazywaniu nie tylko prawdy i dobra, ale również piękna. Prawidłowo zmontowany materiał filmowy może rodzić zachwyt czy refleksję, która jest tak niezbędna w procesie poznania i rozwoju wiary (Kućko, 2019, s. 52-60).

Benedykt XVI zaleca, aby zainteresować się szczególnie tymi witrynami internetowymi, które mogą „pomóc współczesnemu człowiekowi w znalezieniu czasu na refleksję i autentyczne pytania, a także momentów milczenia, okazji do modlitwy, medytacji lub dzielenia się słowem Bożym” (Benedykt XVI, 2012, nr 3). Tego rodzaju materiały

zamieszczone na YouTube mogą inspirować odbiorcę, towarzyszyć pogłębianiu wiary i zachęcać do osobistej modlitwy.

Portal YouTube potrafi wpływać na postrzeganie rzeczywistości (Ciesiołka, 2018, s. 107). Wszystko zależy od jakości treści, którą przekazuje się za jego pośrednictwem. Dobrze przygotowane nagranie, promujące przesłanie ewangeliczne i katechetyczne, może wspomagać proces rozwoju wiary. Wzbudza bowiem pozytywne emocje, motywuje do refleksji i zmiany postaw. Pełni zatem rolę ewangelizacyjną i katechetyczną. Dobrze przygotowane filmy mają nawet kilka milionów odsłon, co dowodzi, że publikowane treści mogą dotrzeć do różnych grup społecznych na całym świecie, o ile korzystają one z YouTube'a. Zgadza się z tym Goban-Klas (2011, s. 70), który twierdzi, iż „wszechstronność, a także częstotliwość używania tego medium przez ludzi sprawia, że często epoka, w której obecnie żyjemy, nazwana jest erą przeładowania informacyjnego, eksplozją informacji, co naturalnie może mieć pozytywne skutki”. Za pośrednictwem YouTube'a człowiek współczesny ma dostęp do nieograniczonej ilości danych. Dodatkowym atutem według J. Burgessa i J. Greena (2011, s. 127) jest również fakt, że ten portal pełni funkcję „archiwum kultury”. Dzięki temu, że w Internecie nic nie ginie, mamy możliwość zapisu ważnych treści czy wydarzeń.

Papież Franciszek podkreśla wartość spotkania z drugim człowiekiem w przestrzeni wirtualnej. Jego zdaniem „trzeba, aby temu cyfrowemu połączeniu towarzyszyło prawdziwe spotkanie [...]. Sieć cyfrowa może być miejsce bogatym w wartości ludzkie, nie siecią przewodów, lecz ludzkich osób” (Franciszek, 2014, s. 7). YouTube stwarza wielorakie możliwości nie tylko w zakresie uczestnictwa w życiu społecznym, ale także w nowej ewangelizacji. Wspomaga przekazywanie Dobrej Nowiny. Sprzyja promocji inicjatyw duszpasterskich.

Papieska Rada ds. Krzewienia Nowej Ewangelizacji wydała *Dyrektorium o katechizacji* (2020, s. 116-117), w którym opisuje proces nauczania w Kościele. Przez wiele wieków dominował styl komunikacji jednokierunkowej. Internet pomaga dotrzeć do młodzieży, ponieważ daje możliwość wejścia w interakcję. Dodatkowo w miejscach, gdzie chrześcijanie mogą czuć się osamotnieni, portale takie jak YouTube dają szansę umacniać ich poczucie jedności ze wspólnotą wierzących. W dydaktyce od dawna wykorzystuje się Internet. W sposób szczególnie umiejętności posługiwania się YouTube'em pomogły podczas lekcji zdalnych w czasie pandemii. Szerzej zagadnienie to omawia A. Bieliniowicz (2022, s. 365-367), podkreślając również, że „poprzez osiągnięcia, które dokonały się dzięki technologii informacyjno-komunikacyjnej,

można dostrzec korzystne zmiany m.in. w sposobie nauczania i katechizowania". Podobnego zdania jest R. Mazur (2022, s. 396-398). Opisując kulturę cyfrową, podkreśla, że przestrzeń wirtualna daje możliwości, które dla innych pokoleń nie były dostępne. Współcześni ludzie młodzi poważnie traktują swoje bycie w świecie wirtualnym – tak samo jak w realnym.

Negatywne aspekty

Dekret Soboru Watykańskiego II *Inter mirifica* przestrzega, że korzystanie ze środków społecznego przekazu – choć daje wiele dobrych możliwości – to również rodzi określone zagrożenia. Media „można (...) użyć wbrew zamysłowi Boskiego Stwórcy i obrócić na swą własną niekorzyść. Kościół odczuwa macierzyński ból z powodu szkód, jakich wskutek nader niewłaściwego ich użycia często doznaje ludzka społeczność” (IM, nr 2).

Także papież Franciszek, chociaż uchodzi za osobę otwartą na nowoczesne środki przekazu, wyraża obawę związaną z ich wykorzystaniem. W encyklice *Fratelli tutti* zaznacza, że „połączenie cyfrowe nie wystarcza do budowania mostów, nie jest w stanie zjednoczyć ludzkości” (Franciszek, 2020, nr 43). Dalej Ojciec Święty wskazuje, iż „będąc więźniami świata wirtualnego, zatraciliśmy gust i smak rzeczywistości” (Franciszek, 2020, nr 33). Budując wspólnotę opartą na Ewangelii, należy brać pod uwagę nawiązywanie i rozwijanie relacji w konkretnej rzeczywistości. YouTube, choć dociera do dużej ilości osób, pomija ten fakt. Nie spełnia zatem wszystkich funkcji w procesie nowej ewangelizacji.

Kolorowe i dynamiczne filmy są chętniej przyjmowane przez odbiorcę, ponieważ nie wymagają wysiłku intelektualnego. Ten łatwy przekaz trafia do człowieka i potrafi go pochłoniąć, czasem wręcz uzależnia. Bp Adam Lepa postawił tezę, że świat obrazu wyparł już słowo czytane (Lepa, 2002, s. 339). Podobnie uważał papież Paweł VI. W adhortacji *Evangeliæ nuntiandi* zaznaczył: „Cywilizacja słowa, jako nieskuteczna i nieużyteczna, już się przeżyła, a obecnie następuje nowy styl życia, cywilizacja obrazu” (Paweł VI, 2001, nr 42).

W umieszczanych materiałach wideo na portalu YouTube może pojawić się wiele błędów, do których najczęściej zalicza się mało profesjonalne treści. Wielokrotnie pomnaża się ten sam materiał, w którym brak nowej i oryginalnej myśli. Ponadto istnieje przekonanie, że publikując anonimowo, nie ponosi się odpowiedzialności za umieszczane

treści. Kolejna kwestia to przekazywanie błędów teologicznych, które wynikają z braku formacji i niezbędnej wiedzy.

Trzeba pamiętać, że portal YouTube nie jest miejscem, gdzie dokonuje się bezpośrednia ewangelizacja, lecz stanowi narzędzie, za pomocą którego można wzbudzić ciekawość czy pragnienie spotkania człowieka z Bogiem. Największy wysiłek trzeba zatem położyć na spotkanie, a nie przekazywane informacje. W jednym z Orędzi na Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu papież Franciszek przypomina: „Stoi dziś przed nami wyzwanie ponownego nauczania się opowiadania, a nie samego tylko wytwarzania i konsumowania informacji. Jest to kierunek, do którego pobudzają nas potężne i cenne środki współczesnej komunikacji. Informacja jest ważna, ale nie wystarcza, gdyż zbyt często upraszcza, przeciwstawia sobie różnice i odmienne wizje, domagając się zajęcia stanowiska po jednej lub drugiej stronie, zamiast przyczyniać się do spojrzenia całościowego” (Franciszek, 2015, nr 6). Aby dobrze ewangelizować, trzeba odzyskać poczucie refleksji i spokoju. Najważniejszą zdolność stanowi pokorne oraz cierpliwe słuchanie (Franciszek, 2014, nr 4). Niekorzystne jest uleganie presjom, które wytwarza współczesna kultura. Internetowe portale wymuszają szybkość oraz ciągłą obecność. A wiara i ewangelizacja potrzebują refleksji i spokojnego przemyślenia. Dlatego kanał ewangelizacyjnego na portalu YouTube nie powinna tworzyć jedna osoba, lecz zespół osób. Papież Franciszek naucza także: „Nie wystarczy przechodzić wzdłuż alei cyfrowych, to znaczy zwyczajnie być podłączonymi: trzeba, aby połączeniu towarzyszyło prawdziwe spotkanie. Nie możemy żyć samotnie, zamknięci w nas samych” (Franciszek, 2014, nr 7). Jest to zgodne z przekazem Ewangelii, „bo gdzie są dwaj albo trzej zebrani w imię moje, tam jestem pośród nich” (Mt 18,20). Całość jednak powinna być podyktowana miłością, bo: „Gdybym mówił językami ludzi i aniołów, a miłości bym nie miał, stałbym się jak miedź brzęcząca albo cymbał brzęmiący” (1Kor 13,1).

Grupa ewangelizacyjna na portalu YouTube powinna charakteryzować się nie tylko pragnieniem głoszenia Ewangelii, lecz również winna mieć wiedzę informatyczną, techniczną oraz dobre wyczucie estetyczne. Trzeba tak wykorzystywać swoje talenty i zdolności, aby nie tyle nadążać za duchem czasu, ile by bogactwo Ewangelii odnalazło taką formę wyrazu, która będzie w stanie dotrzeć do umysłów i serc wszystkich ludzi, zwłaszcza młodego pokolenia, dla którego bycie w świecie wirtualnym stało się zwykłą codziennością (Benedykt XVI, 2013, nr 5). Każdy zaangażowany w tworzenie portali katolickich powinien, zdaniem papieża Franciszka, posiadać głęboką duchowość,

wrażliwość na życie, umiejętność dialogu i słuchania tego, co inni mają do powiedzenia. Ponadto każdy katolik zalogowany w świecie mediów powinien „przypominać tego, który opatruje rany pobitego człowieka, zalewając je olejem i winem. Niech nasz przekaz będzie olejkami pachnącymi na cierpienie i dobrym winem radości. Niech nasza jasność nie pochodzi ze sztuczek i efektów specjalnych, ale z naszej naznaczonej miłością i czułością bliskości wobec tych, których spotykamy, zranionych przy drodze. Nie obawiajcie się bycia obywatelami środowiska digitalnego. Ważna jest czujność i obecność Kościoła w świecie komunikacji, aby rozmawiać ze współczesnym człowiekiem i prowadzić go na spotkanie z Chrystusem: Kościół towarzyszący w drodze potrafi wyruszyć z każdym” (Franciszek, 2014, nr 10-11).

Wiele kanałów na portalu YouTube jest prowadzonych przez duchownych, którzy powinni dobrze rozumieć swoją misję. Pojawia się problem tego, na co duszpasterze, katecheci, ewangelizatorzy mogą sobie pozwolić w momencie, kiedy zaczynają wykorzystywać YouTube jako narzędzie ewangelizacji. Benedykt XVI, choć zaznacza, iż obecność duchownych jest bardzo istotna i potrzebna, to jednak uważa, że „w kontakcie ze światem cyfrowym kapłan powinien wykazać się nie tyle umiejętnościami pracownika mediów, co pozwolić, by doszło do głosu jego konsekrowane serce. Pozwoli to nadać głębię duchową nie tylko działalności duszpasterskiej, ale również ciągłemu przepływowi informacji w sieci” (Benedykt XVI, 2010, nr 3). Misja kapłana w świecie mediów polega m.in. na ukazywaniu życia Kościoła i pomaganiu współczesnemu człowiekowi w odkrywaniu oblicza Chrystusa. Kapłan powinien przy tym łączyć umiejętność posługiwania się nowymi technologiami informacyjno-komunikacyjnymi z wiedzą teologiczną, wyrazistą duchowością kapłańską oraz świadectwem wiary (Benedykt XVI, 2010, nr 3).

Serwis YouTube sprzyja stawianiu się osobą bierną. Łatwo bowiem stać się biernym odbiorcą, a nawet konsumentem, który przestaje być wrażliwy na to, co w Internecie widzi i słyszy. Aby uchronić się przed takim zachowaniem, należy nieustannie formować swoje sumienie, które powinno być światłe i prawe (KKK, nr 2496). Ważne jest również, aby czuwać nad jakością nagrań, jakie są umieszczane na portalu YouTube.

Zagrożeniem, na jakie wskazuje papież Benedykt XVI, jest również uleganie stosowaniu różnych technik manipulacji oraz pokusa bycia popularnym. Takie podejście może zasłonić prawdziwy przekaz Ewangelii (Benedykt XVI, 2013, nr 3). Podobnie jak w świecie realnym, również w wirtualnej przestrzeni, publikując filmy na kanale YouTube,

trzeba liczyć się z falą krytyki, która nie powinna zniechęcić do tej formy ewangelizacji, ale być „wezwaniem do pójścia pod prąd, praktykowaniem antykultury, a nawet cierpienia prześladowania ze względu na to, co prawdziwe i dobre” (PRŚSP, 2002, nr 2).

Zakończenie

Portal YouTube – podobnie jak cały Internet – stanowi rzeczywistość na tyle złożoną, że nie można całkowicie zbadać tej przestrzeni. Dużo łatwiej jest znaleźć negatywne skutki korzystania z YouTube’a, co nie oznacza, że należy zaprzestać korzystania z możliwości, jakie daje to narzędzie. Będąc świadomym tych zagrożeń, warto pozytywnie spojrzeć na szanse spotkania z osobą, która być może jeszcze nie słyszała Dobrej Nowiny. W celu lepszego wykorzystania serwisu YouTube warto brać pod uwagę sposób przekazywania treści, a także rzetelne, poprawne merytorycznie, interesujące pod względem formy przygotowanie i opracowanie materiału. W przypadku przestrzeni wirtualnej nie można kierować się zasadą spontaniczności. Działania powinny być przemyślane, a autor publikujący na YouTube musi mieć świadomość odpowiedzialności, jaka na nim ciąży. Temu zadaniu może służyć formacja przyszłych katechetów i kapłanów. Ważna jest również stała formacja osób świeckich, zaangażowanych w ewangelizację, poprzez różnego rodzaju kursy i szkolenia. Nie można odrzucać szansy, jaką daje YouTube, ale w mądry i przemyślany sposób należy ewangelizować również tę przestrzeń.

Skróty

IM	<i>Inter mirifica</i>
KKK	<i>Katechizm Kościoła katolickiego</i>
KPK	<i>Kodeks prawa kanonicznego</i>
PRŚSP	<i>Papieska Rada ds. Środków Społecznego Przekazu</i>

Bibliografia

About YouTube, 2022 [online], <https://about.youtube/> [dostęp: 23.06.2022].

- Benedykt XI, 2010, *Orędzie na XLIV Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu*, 24 stycznia, „L'Osservatore Romano”, wyd. pol., nr 3.
- Benedykt XI, 2012, *Orędzie na XLVI Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu*, 24 stycznia, „L'Osservatore Romano”, wyd. pol., nr 3.
- Benedykt XI, 2013, *Orędzie na XLVII Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu*, 24 stycznia, „L'Osservatore Romano”, wyd. pol., nr 3-4.
- Bielinowicz A., 2022, *Kompetencje informatyczne nauczycieli religii*, w: Kochel J. i Kostorz J. (red.), *Leksykon katechetyczny*, Wydawnictwo Jedność, Kielce, s. 365-367.
- Burgess J. i Green J., 2011, *YouTube. Wideo online a kultura uczestnictwa*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Ciesiołka A., 2018, *YouTube jako nowe źródło wiedzy*, *Neodidagmata*, nr 36/37, s. 103-120.
- Digital 2019: Global Overview* [on-line], <https://datareportal.com/reports/digital-2019-global-2019-global-digital-over-view> [dostęp: 1.05.2019].
- Franciszek, 2014, *Orędzie na XLVIII Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu*, 24 stycznia, „L'Osservatore Romano”, wyd. pol., nr 2.
- Franciszek, 2015, *Orędzie na XLIX Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu*, 24 stycznia, „L'Osservatore Romano”, wyd. pol., nr 3.
- Franciszek, 2020, *Encyklika Fratelli tutti. O braterstwie i przyjaźni społecznej*, Wydawnictwo M, Warszawa.
- Goban-Klas T., 2011, *Wartki nurt mediów. Ku nowym formom społecznego życia informacji*, TAIWPN Universitas, Kraków.
- Goławski P., 2013, *Katolik w sieci. Ewangelizacja przez social media*, 12 września [on-line], <http://golawski.net/2013/09/katolik-w-sieci-ewangelizacja-przez-social-media/> [dostęp: 23.06.2022].
- Jan Paweł II, 1999, *Adhortacja apostołska o życiu konsekrowanym i jego misji w Kościele i świecie „Vita consecrata”*, Wydawnictwo TUM, Warszawa.
- Katechizm Kościoła katolickiego*, 2020, Pallottinum, Poznań.
- Kodeks prawa kanonicznego*, 1984, wyd. I., tekst łacińsko-polski, Pallottinum, Poznań.
- Kućko W., 2019, *Etyczne aspekty mediów społecznościowych oraz ich wpływ na zachowanie i sposób myślenia na początku XXI w.*, *Społeczeństwo i Polityka*, nr 4 (61), s. 43-65, DOI: 10.34765/sp.0419.a03.
- Kuczwał D., 2010, *Internet w duszpasterstwie Kościoła Katolickiego*, *Perspectiva. Legnickie Studia Teologiczno-Historyczne*, r. IX, nr 1(16), s. 70-95.

- Lepa A., 2002, *Ewangelizować areopag mediów*, *Studia Warmińskie*, nr 39, s. 333-345.
- Mastalski J., 2008, *Aksjologiczny wymiar skutecznego wychowania*, *Chowanna*, nr 1, s. 131-141.
- Mazur R., 2022, *Kultura cyfrowa*, w: Kochel J. i Kostorz J. (red.), *Leksykon katechetyczny*, Wydawnictwo Jedność, Kielce, s. 396-398.
- Papieska Rada ds. Krzewienia Nowej Ewangelizacji, 2020, *Dyrektorium o katechizacji*, Wydawnictwo Jedność, Kielce.
- Papieska Rada ds. Środków Społecznego Przekazu, 2002, *Kościół a Internet*, 22 lutego, Watykan.
- Paweł VI, 2001, *Adhortacja apostołska o ewangelizacji w świecie współczesnym „Evangelii nuntiandi”*, Wydawnictwo TUM, Warszawa.
- Sobór Watykański II, 2002, *Dekret o środkach społecznego przekazu „Inter mirifica”*, w: Przybył M. (red.), *Sobór Watykański II – konstytucje, dekryty, deklaracje, nowe tłum.*, Pallottinum, Poznań.
- Statystyki i trendy YouTube*, 2022 [on-line], <https://datareportal.com/essential-youtube-stats?rq=youtube> [dostęp: 24.06.2022].
- Stępowski R., 2017, *Video marketing w mediach społecznościowych, czyli kieszenie pełne telewizji*, Roster, Rawa Mazowiecka.