

Przegląd Religioznawczy 2(296)/2025

The Religious Studies Review

ISSN: 1230-4379

e-ISSN: 2658-1531

www.journal.ptr.edu.pl

EWA STACHOWSKA

Uniwersytet Warszawski

Wydział Stosowanych Nauk Społecznych i Resocjalizacji

Instytut Profilaktyki Społecznej i Resocjalizacji

e-mail: ewa.stachowska@uw.edu.pl

ORCID: 0000-0003-2432-319X

DOI: 10.34813/ptr2.2025.3

Wspólnoty religijne a digitalizacja na przykładzie Kościoła katolickiego w Polsce*

Religious communities and digitalization on the example
of the Catholic Church in Poland

Abstract. Nowadays digital technologies are tools, which enable the Churches and religious communities to widely propagate religious content. At the same time, tendencies under the banner of secularization are becoming more and more noticeable, which is visible not only in Western European countries, but also in Poland.

New technologies have acquired particular significance for religious entities during the time of the COVID-19 pandemic due to the need for maintaining contact and bond with the congregation. The end of the pandemic has made it possible to return to traditional forms of activity. However, for many religious communities the space created in the digital sphere has remained a crucial element of their activity. To what extent can the actions taken by the religious communities, especially by the Catholic Church, suppress the secularization tendencies in Poland? To what degree is religion in the digital form attractive to the contemporary believer

* Niniejszy tekst powstał w ramach projektu międzynarodowego RECOVIRA pt. *Digitalizacja i europejskie wspólnoty religijne. Odpowiedź na pandemię* (nr projektu 2021/03/Y/HS6/00279), który uzyskał finansowanie w ramach konkursu „CHANSE Transformations: Social and Cultural Dynamics in the Digital Age”. Projekt jest realizowany od lipca 2022 do września 2025. Przedstawione w artykule dane dotyczą tylko Polski. W projekcie poza Polską udział biorą: Wielka Brytania (lider projektu), Dania, Finlandia, Niemcy, Szwecja, Słowenia.

in Poland? An attempt to answer these boundary questions will be made on the basis of the results of the research conducted within the international project RECOVIRA.

Keywords: religious community, digitalisation, polish religiosity, Catholic Church.

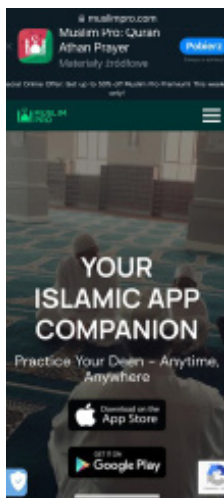
Współcześnie obserwujemy rosnące znaczenie nowych technologii i świata cyfrowego, które obecne są niemal w każdym wymiarze życia indywidualnego i społecznego. Ich rola była szczególnie zauważalna i przybrała na sile w czasie pandemii COVID-19, a zwłaszcza lockdownu, kiedy świat został – ujmując metaforycznie – na chwilę „zatrzymany”, a ludzie i ich życie „uwięzione” w domach. W efekcie obszarem kontaktów, interakcji, działań stała się przestrzeń internetowa wspomagana różnymi narzędziami cyfrowymi. Nie tylko zatem praca, edukacja, polityka, kultura, życie rodzinne i towarzyskie, ale również życie religijne zostały przeniesione do tego wymiaru. Kościoły i wspólnoty religijne wykorzystywały cyfrowe narzędzia do utrzymywania kontaktu oraz więzi z wiernymi, a także służyły realizacji działań i celów ewangelizacyjnych. Paleta tych inicjatyw była niezwykle zróżnicowana, bo obejmowała formy konwencjonalne, a przez to nieco oczywiste, jak transmisje mszy, modlitw, uroczystości religijnych, które były próbą odtworzenia kalendarza rytualnego i regularnych celebracji (por. Campbell, 2020, s. 10), oraz inne jak nauczanie, kursy, rozmaite spotkania, wydarzenia, konstytuujące i wzmacniające życie wspólnotowe (por. s. 11). Działania te pozwalały na – wskazane wyżej – podtrzymywanie więzi, utrzymywanie przynależności, realizację potrzeb religijnych, ale również budowały i ukazywały kohezję wspólnot i grup religijnych. Nowoczesne technologie stworzyły zatem możliwość formowania życia wspólnotowego, kształtowania praktyk, poszerzania przestrzeni religijnej, która może funkcjonować w połączeniu z wymiarem instytucjonalnym religii, ale również może działać nieco na jego obrzeżach, poszerzając zakres praktyk i form aktywności religijnej (por. Campbell, 2020, a także 2012, s. XX, cyt. za: Tsuria i Campbell, Eds., 2022, s. 5). Relacja między digitalizacją a religią jawi się jako dialektyczna, albowiem z jednej strony łączy się ona z implementacją i adaptacją cyfrowych schematów i praktyk przez sferę religijną, a z drugiej strony powszechność treści religijnych w obszarze cyfrowym tworzy, jak wskazuje H.A. Campbell, „nowe konteksty medialne” (2020), a przez to nasącza i ukierunkowuje dyskursy i interpretacje dotyczące otaczającej rzeczywistości.

W niniejszym artykule ukazano rolę nowych technologii i procesu digitalizacji w sferze religijnej, a dokładniej ich znaczenie dla członków wspólnot religijnych na przykładzie Kościoła katolickiego w Polsce. Podstawą analizy będą wyniki badań zrealizowanych w Polsce w ramach międzynarodowego projektu RECOVIRA.

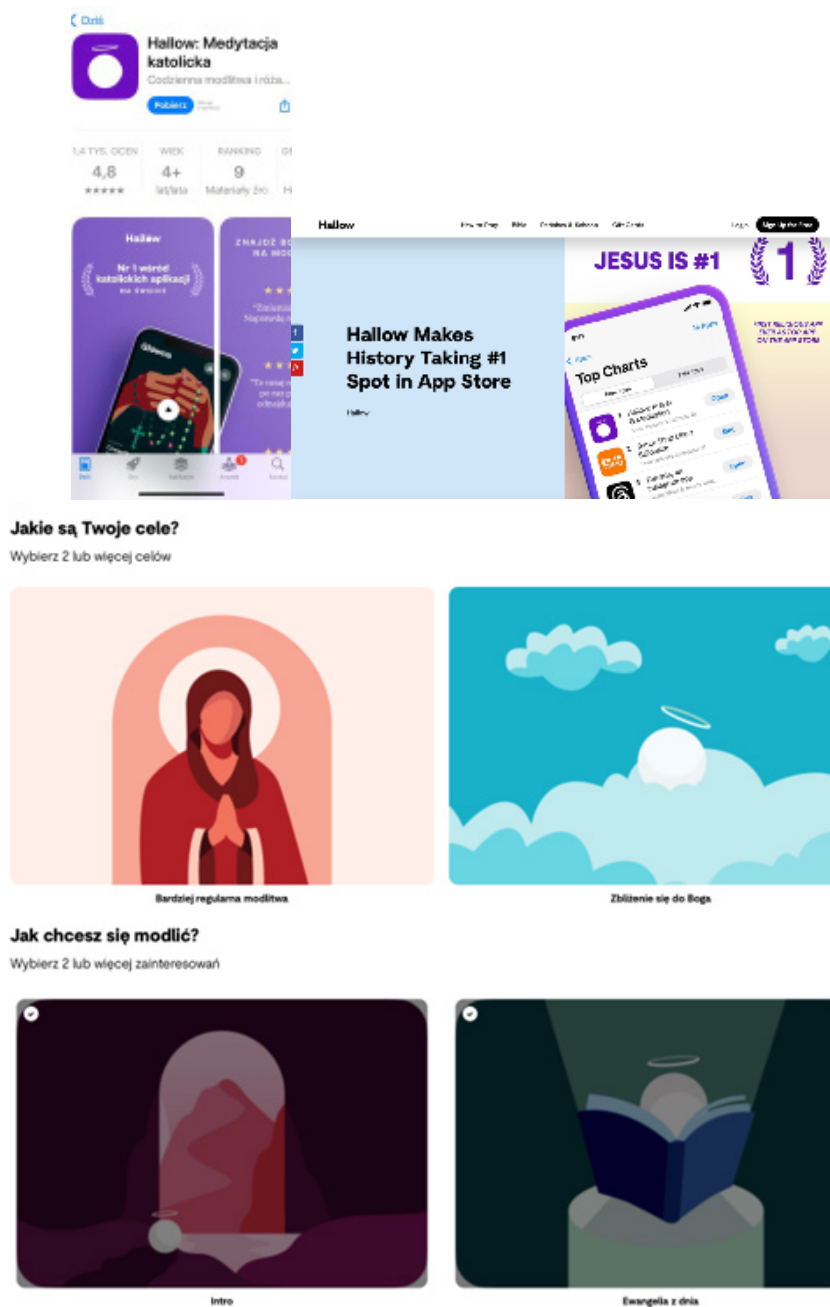
Cyfrowa religia?

Wykorzystanie cyfrowych technologii w sferze religijnej – podobnie jak w innych wymiarach indywidualnej i społecznej aktywności – nieustannie ekspanduje. Stosowane w tym obszarze formy są różnorodne, wszak oscylują między konwencjonalnością, osadzoną na transmisjach i streamingach liturgii lub spotkań modlitewnych z różnych miejsc, kościołów i wspólnot religijnych, które udostępniane są na stronach internetowych parafii i grup religijnych lub na kanałach platform (jak np. YouTube), a innowacyjnością obejmującą: aplikacje modlitewne, kanały liderów religijnych na YouTube, dyskusje tematyczne, kursy, szkolenia na platformach (takich jak: Google meets, Teams lub Zoom), oraz grupy wspólnot na różnych portalach społecznościowych (np. Facebook, FB). Zasięgi i popularność tych inicjatyw jest niezwykle zróżnicowana. Dla przykładu aplikacja modlitewna MuslimPro (zob. fot. 1) odnotowała – zgodnie z danymi z oficjalnej strony – ponad 160 mln pobrań (MuslimPro). Popularną natomiast katolicką aplikację modlitewną Hallow (zob. fot. 2) – zgodnie z oficjalnymi danymi z 2024 r. – pobrano 14 mln razy, a korzystano z niej 400 mln razy (Hallow).

Fotografia 1. Zrzut z ekranu, www.muslimpro.com, 09.11.2024



Fotografia 2. Zrzut z ekranu, www.hallow.com, 09.11.2024
oraz zrzut z ekranu z logowania do aplikacji Hallow



Innymi aplikacjami katolickimi są m.in. Laudate (zob. fot. 3), która miała ponad 1 milion pobrań (Must-Have Catholic Apps, 2022), iPieta (zob. fot. 4), która została pobrana dla systemu Android 170 tys. razy, bądź Amen (zob. fot. 5), która ma 50 tys. pobrań (Must-Have Catholic Apps, 2022). Przywołane aplikacje¹ mają różny „staż” na rynku cyfrowym, zasady korzystania oraz wykazują nieznaczne różnice w funkcjonalności, które najogólniej pozwalają na określenie celów religijnych, ale przede wszystkim umożliwiają odmawianie modlitw o różnych porach dnia, a także pozwalają na dostęp do katechizmu, wysłuchanie mszy, nauczanie czy medytację. Aplikacje oferują zatem głównie rozwój czy też pogłębianie religijności indywidualnej oraz poszerzanie wiedzy. Warto nadmienić, że niektóre z nich – jak chociażby Amen – umożliwiają dołączanie do różnych grup dyskusyjnych bądź modlitewnych. W podobnym nurcie plasują się rozpoznawalne i niejednokrotnie znacząco popularne kanały duchownych na YouTube, które ukierunkowane są zasadniczo na edukację, eksplikację zagadnień teologicznych i zaprezentowanie mniej lub bardziej istotnych dla wyznawców kwestii w nowoczesny, a przede wszystkim atrakcyjny sposób. Przywołajmy dla przykładu w tym miejscu kanał na YouTube pn. Ascension Presents, prowadzony m.in. przez ks. Mike’a Schmitza, który ma 1,14 mln subskrybentów, lub w Polsce kanał Langusta na Palmie o. A. Szustaka, który ma niemal 1 mln subskrybentów, a poszczególne odcinki mają zróżnicowaną liczbę wyświetleń oraz komentarzy. Egzemplifikacją mogą być dane kilku odcinków, np. *Świadectwo* wyświetliło 2,8 mln internautów, skomentowało 1443 osób, a „zalaikowało” – 36 tys.; *Zrzucam habit* odpowiednio 1 mln wyświetleń, 1150 komentarzy oraz 9,4 tys. lajków. Pewnym dopełnieniem mogą być liczne fora tematyczne czy grupy działające m.in. na portalach społecznościowych, z których część ma charakter grup zamkniętych.

Fotografia 3. Zrzut z ekranu z aplikacji Laudate



¹ Niektóre z przywołanych aplikacji są odpłatne, chociaż oferują nieodpłatny czasowy dostęp. Dla przykładu aplikacja Hallow jest bezpłatna przez 7 dni, a po tym czasie koszt subskrypcji wynosi 249,99 zł. Podobnie jest w przypadku aplikacji Amen, której roczna subskrypcja po darmowym okresie próbnym kosztuje 174,99 zł. Aplikacja Laudate i iPieta są natomiast bezpłatne.

Fotografia 4. Zrzut z ekranu z aplikacji iPieta.



STUKNIJ, ABY UKRYĆ/POKAZAĆ PRZYCISKI.

DANE (przyciski w lewym górnym rogu):

Otwórz tabele dla Modlitw, Biblii, Kalendarza kościelnego i Dziel doktrynalnych.

SKRÓTY (przycisk w lewym górnym rogu):

Stuknij przycisk Pomoc, aby uzyskać dostęp do związanych filmów.

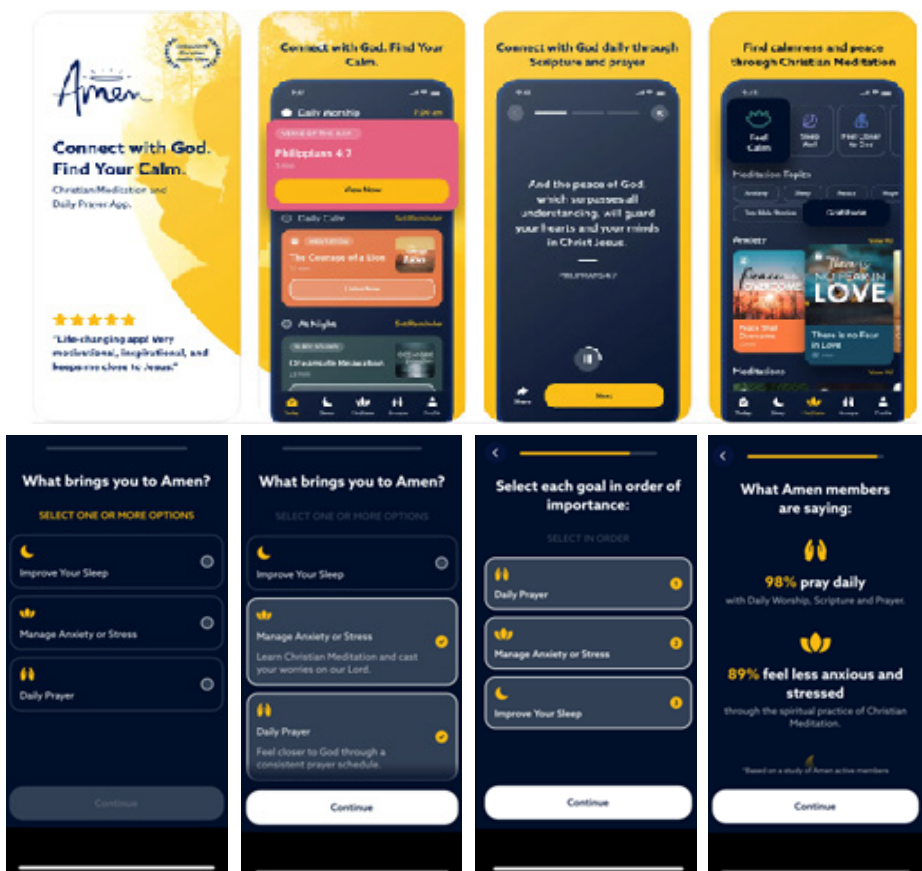
FUNKCJE (przyciski w prawym górnym rogu):

Wyszukiwanie, Zakładki, Historia i opcje zależne od danych.

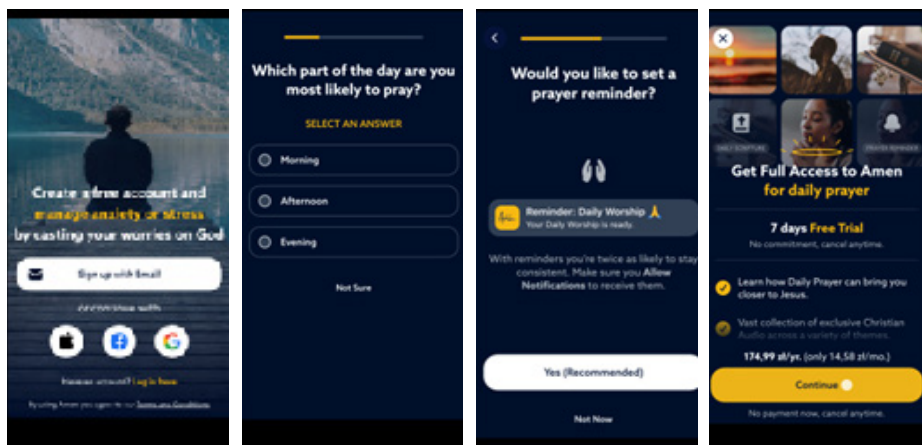
PROSZĘ OBEJRZEĆ FILMY:

Skróty > Pomoc

Fotografia 5. Zrzut z ekranu, app.store



Fotografia 6. Zrzut z ekranu z aplikacji Amen



Przywołana oferta zaledwie sygnalizuje istniejące i pojawiające się formy przymierza między religią a digitalizacją, tworząc tym samym przestrzeń dla tzw. religii cyfrowej. Ta zaś najogólniej jest identyfikowana – jak zaznacza H.M. Campbell – jako „sposoby angażowania się jednostek i grup religijnych w media cyfrowe i nowe technologie” (2023, s. 1). Formę tę można zidentyfikować – za H.A. Campbell – jako most łączący aktywności, praktyki i zaangażowanie z obszarów religii online i offline (2012, s. XX, cyt. za: Tsuria i Campbell, Eds., 2022, s. 5), co oznacza, że religia cyfrowa inkorporuje cechy kultury cyfrowej, obejmujące konwergencję, interaktywność, kreatywność odbiorców, ich produkcje, a zarazem przenika – co wskazywano – ze swoimi treściami i perspektywami interpretacyjnymi do oglądu otaczającego świata (2012, s. XX, cyt. za: Tsuria i Campbell, Eds., 2022, s. 5). Otwarte pozostaje pytanie, na ile tego rodzaju inicjatywy mogą poskramiać trendy sekularyzacyjne.

Kościół katolicki online w Polsce

Kościół katolicki nieustannie stara się budować swoją obecność w obszarze cyfrowym, traktując tę przestrzeń jako współczesne wyzwanie, a zarazem istotny cel działań ewangelizacyjnych. Obserwowane od wielu lat zmiany w obszarze religijnym wskazują bowiem na poszerzanie się zakresu tendencji związanych z sekularyzacją, identyfikowaną jako dystansowanie się od Kościoła – szczególnie instytucjonalnego – i religii. Procesy te widoczne są głównie w Europie Zachodniej, ale coraz wyraźniej zarysowują się w również Polsce. Egzemplifikacją mogą być wyniki badań CBOS, zgodnie z którymi odsetek

osób wierzących w 2024 r. wynosił – 87 proc., w tym głęboko wierzących było 9 proc. badanych, zaś w 2020 r. wierzących było 91 proc., a głęboko wierzących 8 proc. badanych (Bożewicz, 2020, s. 1–2; 2024, s. 2). Jednocześnie powoli zwiększa się odsetek osób identyfikujących się jako niewierzące, których w 2024 r. było 14 proc., a w 2020 r. – 8 proc. (Bożewicz, 2020, s. 1–2; 2024, s. 2). Tendencje spadkowe także widoczne są w wymiarze praktyk, gdyż regularną aktywność w tym względzie, bo przynajmniej raz w tygodniu, w 2024 r. zadeklarowało – 39 proc., zaś w 2020 r. – 47 proc. respondentów. Odsetek osób nieuczestniczących w praktykach w 2024 r. wynosił – 22 proc., a w 2020 r. – 15 proc. (Bożewicz, 2020, s. 1–2; 2024, s. 2).

Tendencje spadkowe w zakresie praktyk rejestrują również badania Instytutu Statystyki Kościoła Katolickiego, zgodnie z którymi w 2024 r. odsetek dominicanos wynosił 29 proc., a communicantes 14 proc. Dla porównania przed pandemią w 2019 r. wskaźniki te wynosiły odpowiednio: 36,9 proc. i 16,7 proc. (ISSK, 2024, s. 31 i 36).

Analogiczną tendencję ukazującą dystansowanie się od religijnego wymiaru pokazują wyniki badań IPSOS, wedle których w Polsce 76 proc. badanych identyfikuje się jako chrześcijaństwo, a 19 proc. deklaruje brak przynależności do jakiegokolwiek religii (Global Religion, 2023, s. 5). Uczestniczy w nabożeństwach przynajmniej raz w miesiącu 38 proc. badanych, modlitwę zaś poza miejscami kultu wskazała nieco ponad połowa badanych (52 proc.) (s. 10). Wiarę w Boga zgodnie z opisem biblijnym wskazał co drugi badany (52 proc.), wiarę w siłę wyższą 12 proc., a brak wiary – 14 proc. respondentów (s. 14).

Dane te pokazują zmianę pejzażu religijnego w Polsce, który z ożywionego czy witalnego staje się coraz bardziej zdystansowany, by nie rzec – świecki. Opis ten jednak empirycznie „chwytą” głównie religijność instytucjonalną, w mniejszym zaś zakresie odnosi się od religijności indywidualnej i obszaru potrzeb. Niemniej tendencje te skłaniają organizacje religijne do podejmowania licznych działań i inicjatyw, które mogą – przynajmniej potencjalnie – retardacyjnie oddziaływać na procesy spod znaku sekularyzacji, przejawiającej się w postaci pustoszejących kościołów i spadku indywidualnego zaangażowania. Zauważalne jest zatem poszerzanie oferty medialno-eventowej ze strony Kościoła katolickiego. Na rynku obecne są bowiem nie tylko propozycje związane z tradycyjnymi mediami, jak chociażby: TV Trwam, Radio Maryja, Radio Plus czy prasa, ale również formaty cyfrowe, do których należą m.in. portale: deon.pl, Aleteia.pl, stacja7.pl, opoka.org.pl, wiara.pl, misyjne.pl. Posiadają one swoje profile w mediach społecznościowych, w tym na FB, portalu X oraz Instagramie, i skupiają różne liczebnie społeczności obserwatorów i lajkujących użytkowników. Dla przykładu, profil deon.pl

na FB ma 271 tys. obserwujących i 264 tys. polubień, Aleteia.pl 251 tys. obserwujących oraz 201 tys. polubień, stacja7.pl – 119 tys. obserwujących i 103 tys. polubień, misyjne.pl – odpowiednio: 79 tys. i 55 tys. Obok tej oferty działają – przywoływane już wcześniej – kanały „medialnych” i popularnych duchownych na YouTubie, jak kanał Langusta na Palmie o. A. Szustaka czy kanały ks. Jakuba Bartczaka lub ks. Sebastiana Picura Team Totus Tuus.

Zasygnalizowane inicjatywy i przedsięwzięcia pokazują, że współcześnie religia jest – jak ujmuje to S. Hoover – artykułowana w licznych w przestrzeniach medialnych, co powoduje, że jej prezentacje i obecność są szerokie, a zarazem rozproszone lokalizacyjnie. W odniesieniu do Polski można powiedzieć, że z jednej strony zauważalny jest spadek wskaźników związanych z religijnością instytucjonalną, z drugiej zaś dzisiejsza kultura, media, w tym także te cyfrowe, sprzyjają multiplikacji idei i treści religijnych w publicznym wymiarze, co powoduje, że jawi się on jako znacząco zsakralizowany. Jednakże ogląd wyników badań CBOS dotyczących korzystania z oferty „religijnego internetu” pokazuje, że z tej propozycji korzysta 19 proc. badanych, co więcej – jego odbiorcami są nade wszystko osoby regularnie zaangażowane w praktyki religijne. 79 proc. odwiedzających serwisy religijne praktykuje bowiem kilka razy w tygodniu. Spośród osób, które uczestniczą w liturgii raz w tygodniu, z oferty tej korzysta 26 proc. badanych. Podobny odsetek (24 proc.) użytkowników tych stron praktykuje 1–2 razy w miesiącu (Kołodziejska, 2022). Dane te uwypuklają fakt, że choć cyfrowa oferta religijna jest rozwijana, to konsumowana jest ona głównie przez osoby związane ze sferą religijną.

Religia online czy offline w Polsce?

Na ile zarysowany powyżej wymiar tworzonych propozycji jest atrakcyjny dla dzisiejszego wyznawcy? Lub szerzej, na ile nowe technologie są istotne dla wiernych oraz wspierają działalność organizacji, a dokładniej wspólnot religijnych? Czy i ewentualnie w jakim zakresie działalność bazująca na cyfrowych mediach buduje wspólnotowość i wypełnia pojawiające się potrzeby religijne oraz nasycza doświadczenie religijne? Częściowej odpowiedzi na tak zakresłone pytania mogą dostarczyć wyniki badań w ramach projektu RECOVIRA, w którym analizowano m.in. formy i sposoby odbywania praktyk religijnych w czasie pandemii oraz obecnie, a także zakres zmian w poczuciu przynależności do wspólnoty religijnej.

Pierwszy ze wskazanych wymiarów miał „wychwycić” ewentualne zmiany w formach praktykowania członków wspólnot w czasie pandemicznym z ukierunkowaniem na czas obowiązywania restrykcji z uwagi na ograniczenia

w dostępności do miejsc kultu. Jednocześnie analizowano medialną ofertę liturgii, proponowaną przez organizacje religijne, która początkowo – w przypadku Kościoła katolickiego – bazowała na transmisjach telewizyjnych. Powszechny charakter transmisji mszy zauważalny był w przeprowadzonych badaniach. Egzemplifikacją mogą być wypowiedzi respondentów, którzy w odniesieniu do miejsca i sposobu odbywania praktyk religijnych w czasie pandemii stwierdzali, że głównie korzystali właśnie z mszy transmitowanych w telewizji. Respondenci mówili bowiem:

[...] w tym czasie, kiedy była pandemia, ja byłam na operacji, wróciłam, to online, że tak powiem. Korzystałam ze mszy, które były w telewizji. K_1a_05_51-60_S

[...] ja w domu, miałam telewizję, radio. Mszę świętą tam starałam się wysłuchać. Po prostu być we mszy świętej. Po prostu przez telewizję. K_4a_05_51-60_S

[...] podczas pandemii mniej przychodziłam. Uczestniczyłam w nabożeństwach. Ale uczestniczyłam w telewizji w domu msze święte, także ja jestem zadowolona z tego, co mam i z takich kapłanów, których tu mamy. Cóż więcej mogę powiedzieć? Oby tak wszędzie było, by Pan Bóg tak błogosławił, jakby służył naszej parafii. K_2b_05_31-40_N

[...] kiedy był lockdown, Kościół polegał przede wszystkim na transmisji telewizyjnej [...]. K_14a_08_30-39_R

Inni respondenci wskazywali także na uczestnictwo w transmisji mszy online, co mogą zobrazować poniższe wypowiedzi:

No po prostu wtedy, kiedy, kiedy kościoły były zamknięte, no to korzystałem po prostu z tych, no w telewizji tak, no tam znaczy, nie w telewizji, ale bardziej na youtube właśnie były, były takie transmisje. No to tego z tego korzystałem. M_4b_05_21_30_S.

[...] w trakcie pandemii, no to w tych, ... yyy ..., w okresie kiedy były ograniczenia, jeśli chodzi o ilość osób w Kościele, no to jak nie było możliwości, to nie chodziliśmy do Kościoła, ... yyy ... to oglądaliśmy przez transmisję internetową nabożeństwa. Natomiast teraz jest już tak, jak było przed. [...] to było bardzo ważne, bo w zasadzie pozwalało nam uczestniczyć w praktykach religijnych w innej formie, ale bez przerwy. K_12_08_30-39

Wypowiedzi te pokazują, że w czasie obostrzeń badani korzystali z oferty transmisji udostępnianej przez media zarówno tradycyjne, jak i cyfrowe. Zauważalne jest jednak w większym zakresie uczestnictwo w liturgii udostępnianej w telewizji, co częściowo wiąże się z wiekiem respondentów, gdyż w grupie osób starszych bardziej widoczne było korzystanie z oferty telewizyjnej niż online, chociaż i wśród młodszych badanych ta forma nie była rzadkością. Takie ukierunkowanie praktyk mogło wiązać się z wyodrębnieniem w ofercie telewizyjnej czasu antenowego na transmisje liturgii, a tym samym – ze wskazywaną już – powszechnością tej formy i łatwością dostępu do niej. Jednocześnie specyfika czasu lockdownu wiązała się z nieco przymusowym spędzaniem całego czasu w gronie rodzinnym lub najbliższych, co rezonowało ze sposobami i formami spędzania czasu.

Istotnym aspektem, który można dostrzec w wypowiedziach respondentów, jest identyfikowanie uczestnictwa z oglądaniem, czyli aktywność religijna przybrała formę „aktywności telewizyjnej”, ukierunkowanej na odbiór, a przez to nieco bierny jej odbiór (Postman, 2002). Wymiar ten dostrzegalny jest także, gdy badani opisywali swoje doświadczenie podczas medialnego uczestnictwa w liturgii. Wskazywali oni, że:

W zasadzie jest się w domu. Myślę, że tak do końca nie można uczestniczyć. Jest różnica. K_2_05_40-49

[...] to nie jest to samo uczestnictwo, co we mszy prawdziwej. [...] W domu msza online nigdy nie będzie mszą prawdziwą w Kościele [...] Wszystko było odmienne, bo w domu, że tak powiem ... hmm ... to nie jest Kościół, w domu to nawet takie ... hmm ... dzieci, to co się w domu dzieje, telefon, czy czy ekspres do kawy, cokolwiek, to nie jest dokładnie, nie jest w ogóle to samo co bycie w miejscu świętym, w Kościele. K_6_07_20-29

[...] bo wiadomo w domu jest bardziej przyjemnie, ale jakoś tak ten rytuał, że tak powiem, całej mszy świętej ... yyy ... taki troszeczkę spłaszczony. W domu to jak, wiadomo, w domu. Ktoś robi herbatę, ktoś chodzi cały czas, więc nie ma takiego, że tak powiem [...] nie ma powagi sytuacji. K_14_08_30-39

No gorzej, no wiadomo w telewizji to oglądałam, no to inaczej, jak przyszedłam do Kościoła się pomodliłam, no to to jest całkiem inne przeżycie i to się jest lepiej, że tak powiem. Jak się przyjdzie do Kościoła, się uczestniczy we mszy, no to jest lepiej. Ma się dla siebie takie duchowe odniesienie. Muszę sobie dużo rzeczy przemyśleć też. No a obejrzałam sobie w telewizji, za dużo się wtedy nie zmieniało, że tak powiem. K_3b_07_31-40_N

Respondenci dostrzegali zatem różnicę między uczestnictwem tradycyjnym (offline) a tym medialnym, niezależnie, czy w prezentowanym w telewizji, czy w internecie. Opisuując doświadczenie partycypacji w liturgii w formach medialnych, badani używali wprawdzie terminu „uczestnictwo”, jednak było ono dla nich inne, sztuczne, niepełne i raczej niewystarczające. Wymiar ten mogą uwypuklić poniższe wypowiedzi:

[...] nic nie zastąpi przyjścia do kościoła i bycia we wspólnocie. Przez internet jest to takie sztuczne. K_4_06_40-49.

[...] te pierwsze, co były takie zastrzenia, no to wiadomo, byłam przed telewizorem, tak. Ale to wie Pani, to tak jakby dziecku dał ... yyy ... lizaka w papierku albo lody mu za szybą pokazał. No i spróbuj to zjeść. Tak? Było to dla mnie bardzo trudne i przykre. Więc, ale jak się pojawiłam na Kościele, bo mieszkam blisko. K_3a_05_51-60_S

[...] to na pewno jest takie ... to tak jak być na koncercie na przykład, być na koncercie na żywo a oglądać go w telewizji, różnica jest znacząca. To tak samo jest w tych praktykach, no to jest, można tak powiedzieć, taka namiastka, to nie jest do końca to samo. K_12_08_30-39

Przygotowana przez Kościół katolicki oferta w czasie pandemii miała wprawdzie zapewnić wiernym nie tylko łączność z parafią i wspólnotą, ale również stworzyć możliwość realizacji praktyk i zaspokojenia potrzeb religijnych, ale jednak w opiniach respondentów widoczny jest pewien niedosyt, wskazują oni na niewystarczającą formę tego medialnego doświadczenia. Uczestnictwo w formie medialnej, czy to za pośrednictwem tradycyjnego, czy też cyfrowego medium, nie jest dla nich satysfakcjonujące.

Zbliżony wydźwięk można dostrzec w drugim wymiarze, który był brany pod uwagę w badaniach, a mianowicie w kwestii doświadczania wspólnoty. Media, szczególnie te cyfrowe, dają wszakże możliwość łączności, kontaktu bez ograniczeń czasowych czy przestrzennych, lecz dla badanych osią przynależności są kontakty osobiste, bezpośrednie. Aspekt ten wybrzmiewa w wypowiedziach badanych, co mogą uwypuklić następujące stwierdzenia:

[...] ja mam dość mocny fundament ... yyy ... tutaj, jeśli chodzi o Kościół, chrześcijaństwo, ogólnie takie ... yyy ... przynależność właśnie do Kościoła, ale wiem o tym, że ludzie inni bardzo ... yyy yyy ... to ich bardzo cofnęło przed dalszym chodzeniem do Kościoła, brania udziału we mszy świętej [...] itd. K_6_07_20-29

[...] nas to wyłącznie wzmocniło, bo my działaliśmy, i nadal działamy i działać będziemy. Wzmocniło nas ... yyyy ... może to taka tęsknota właśnie do tego, że czegoś nam, coś nam zabrano, coś nam zamknięto przed nosami. No ale chcieliśmy działać dalej [...]

[...] poczucie [przynależności do wspólnoty – E.S.] było cały czas ... yyy ... pewnych brakowało takich ... yyy ... spotkań z ludźmi na żywo ... yyy ... na zasadzie ... yyy ... jak spotkanie z rodziną brakowało, ... yyy ... kiedy w czasie lockdownu nie można było razem spędzać świąt ... yyy ... no widywaliśmy się, no wiadomo kontakt utrzymywaliśmy internetowy, telefoniczny, ale to było nie to samo, no i na tej zasadzie tak samo ... yyy ... ze wspólnotą parafialną [...] porównywalnie to wyglądało. K_13_08_30-39

Wspólnota jest zatem dla badanych możliwością kontaktu i doświadczania ludzi, lecz w formie bezpośredniej. Kształtowanie wspólnotowości w sferze religijnej na bazie cyfrowych doświadczeń jawi się w świetle badań nie tyle jako niewystarczające, co raczej niszowe i nieco iluzoryczne. Nie oznacza to jednak, że dla części wyznawców tworzone grupy wsparcia lub kręgi dyskusyjne nie są znaczące, jednak impulsem dla wielu osób jest siła płynąca z fizycznej obecności innych i podzielenia ich wiary. Kwestię tę zobrazować może poniższa wypowiedź respondentki:

Myślę, że czy się coś zmieniło, nie wiem, czy u ludzi się zmieniło, ale generalnie na pewno kontakt. Jakby kościół to są ludzie, to nie jest tylko ksiądz, tylko właśnie to są ludzie i to jest ta Wspólnota, więc mam mam takie poczucie, że ludzie, którzy tworzą kościół i to, że uczestniczymy u nas, to może nie jest jakoś tak powszechnie praktykowane, bo każdy przychodzi na mszę, później wraca do swoich obowiązków, ale takie spotkania ludzi wierzących, którzy mają podobne wartości. No to jest niesamowita siła. Jeżeli jeszcze jest gdzieś ta nauka Kościoła. To daję tutaj taki azymut, co, co jest w życiu dobre, co jest złe. Taki, taki kierunkowskaz, taki spokój wewnętrzny. K_6b_07_21-30_N

Potencjał cyfrowych technologii pozwala na nawiązywanie i utrzymywanie kontaktów oraz relacji z ludźmi. Co więcej, ułatwiają one konsolidację i integrację, której efekty można dostrzec w tzw. realu. Jednakże w obszarze religijnym tak znaczącej siły oddziaływania – w świetle przeprowadzonych badań – jeszcze nie widać. Osią bowiem życia wspólnotowego jawi się kontakt bezpośredni pomiędzy wyznawcami.

Podsumowanie

Nakreślony na podstawie badań obraz roli mediów dla członków Kościoła katolickiego w Polsce uwypukla dopełniające, nie zaś zasadnicze dla nich znaczenie tych narzędzi. Media jawią się bowiem dla wyznawców przede wszystkim jako narzędzia transmisji liturgii, które mają charakter tymczasowy. Prym w tym względzie wiodą tzw. media tradycyjne, choć zbliżoną rolę odgrywają cyfrowe rozwiązania, pozwalające jedynie czasowo na uczestnictwo w liturgii transmitowanej lub streamingowanej. Identyfikowane są one jako użyteczne, a nawet wygodne, ale w określonych warunkach czy okolicznościach, np. choroby, zaawansowanego wieku, wyjazdów, które uniemożliwiają uczestnictwo offline. Co więcej, dla wyznawców doświadczenie religijne w tej zapośredniczonej formie jest odbierane jako płytkie, powierzchowne i nieprawdziwe. Prawdziwą bowiem dla badanych respondentów jest partycypacja offline, „w realu”. Natomiast grupy powstające na portalach społecznościowych są w opinii respondentów jedynie formą komunikacji, kanałem przepływu informacji, narzędziem wspierającym organizowanie rozmaitych działań, w tym tych pomocowych.

Scyfryzowanie pozwalające na usieciowienie, jak chce H.A. Campbell, wydaje się – w kontekście przeprowadzonych badań – raczej nie działać w taki sposób, by można było mówić o sprawnym i powszechnym funkcjonowaniu cyfrowej religii w Polsce, która kształtuje nowe przestrzenie i formy praktyk, jak również pozwala na budowanie wspólnotowości i ewentualnie przekazywanie wykreowanego w ten sposób potencjału zbiorowości offline. Oczywiście nie wyklucza to szans jej rozwoju i wzmocnienia się w przyszłości. Obecnie jednak w kontekście wspólnoty katolików wydaje się dominować przywiązanie do tradycyjnego, instytucjonalnego modelu aktywności, która opiera się na aktywności i kontakcie bezpośrednim. Badani wprawdzie dostrzegają zjawisko pustoszejących Kościołów, ale identyfikowane jest ono przez nich jako efekt słabo ugruntowanej wiary, a nawet lenistwa. Niewykluczone, że w dłuższej perspektywie siłą restytuującą życie religijne będzie właśnie cyfrowa religia, która nie tylko rozbudzi wiarę i wzmocni przynależność, nie tyle tę nominalną, lecz tę kształtującą wspólnotę, której ramy nie ograniczają się do przestrzeni parafialnej, ale przekraczają administracyjne podziały. Obecnie jednak religię cyfrową we wspólnocie katolickiej, pomimo kreowania atrakcyjnej, bo różnorodnej oferty, budowanych zasięgów, kliknięć i wyświetleń, należy lokować poza głównym nurtem.

Literatura

- Bożewicz, M. (2020). *Religijność Polaków w ostatnich 20 latach*. Raport CBOS, nr 63, Centrum Badania Opinii Społecznej.
- Bożewicz, M. (2024). *Religijność Polaków w ostatnich dziesięcioleciach*. Raport CBOS, nr 50, Centrum Badania Opinii Społecznej.
- Campbell, H.A. (2020). Religion embracing and resisting cultural change in a time of social distancing. W: H.A. Campbell (Ed.), *Religion in quarantine: The future of religion in a post-pandemic World*. <https://oaktrust.library.tamu.edu/server/api/core/bitstreams/06d37f61-4526-4a28-be5b-005c099606db/content>
- Campbell, H.A., Bellar W. (2023). *Digital religion: The basics*, Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003058465-1>
- Global religion. (2023). *Religious beliefs across the world, A 26-country global advisor survey*, IPSOS. https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2023-05/Ipsos%20Global%20Advisor%20-%20Religion%202023%20Report%20-%2026%20countries%20_0.pdf
- Gospodarek, D. (2023). Media katolickie. W: *Kościół w Polsce 2023. Raport* (s. 186–196). Katolicka Agencja Informacyjna.
- ISKK. (2024). *Kościół w liczbach. Annuario Statisticum Ecclesiae in Polonia*. Instytut Statystyki Kościoła Katolickiego SAC im. ks. Witolda Zdaniewicza.
- Kołodziejska, M. (2022). *Odwiedzanie serwisów i portali o tematyce religijnej – sytuacja w czasach pandemii*. Raport CBOS, nr 28. Centrum Badania Opinii Społecznej.
- Postman, N. (2002). *Zabawić się na śmierć*. Muza.
- Tsuria, R., Campbell, H. A. (2022). *Introduction to the study of digital religion*. W: *Digital Religion. Understanding religious practice in digital media*, 2nd edition. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429295683>

Strony internetowe

- <https://www.muslimpro.com> [dostęp: 09.11.2024]
- <https://hallow.com/blog/hallow-makes-history-taking-no-1-spot-in-app-store/> [dostęp: 20.05.2025]
- Must-Have Catholic Apps. (2022). <https://catholicapptitude.org/essential-catholic-apps/> [dostęp: 30.04.2025]
- <https://www.appbrain.com/app/ipieta/com.ipieta.ipieta001> [dostęp: 30.04.2025]
- <https://amen.io> [dostęp: 30.04.2025]