
Internet a religia

Wprowadzenie

Współczesne media mają znaczący wpływ na poprawę naszego życia, zwłaszcza życia ludzi młodych. Stają się one istotnym elementem kształtowania ich tożsamości osobowej i społecznej, postaw i codziennych zachowań. Mają ogromną siłę więziotwórczą i wielki potencjał łączenia ludzi, bez względu na dzielące ich dystanse geograficzne. Dzięki tym środkom społecznego komunikowania jest możliwa wymiana informacji, ideałów, wartości i norm oraz wzorów zachowań. Nauka i technika przeobraziły nasze środowiska życiowe, nasz sposób komunikowania się, ale i w pewnym sensie nasz sposób myślenia i działania. Pod wpływem nowych technologii cyfrowych zmieniają się podstawowe modele komunikacji społecznej i relacje międzyludzkie. Internet jest rzeczywistością rozpowszechnioną, złożoną i ciągle ewoluującą. Zwłaszcza dla ludzi młodych sieć jest czymś niezwykle naturalnym.

Nowe technologie są prawdziwym dobrem dla ludzkości. Informacje w społeczeństwie sieci – niekiedy zafałszowane – docierają do każdego rodzaju odbiorców, również dzieci, za pomocą urządzeń przenośnych, coraz bardziej sprawnych i poręcznych. Dostęp do sieci to elementarny wymóg funkcjonowania młodzieży szkolnej w dzisiejszym świecie. Słowa i obrazy można przysyłać do najodleglejszych i najbardziej odosobnionych zakątków świata. Internet umożliwia wprost nieograniczoną rozbudowę sieci i pod wieloma względami wzbogaca życie społeczne. Coraz częściej użytkownicy Internetu znajdują się

* Ks. prof. dr hab. Janusz Mariański – Wyższa Szkoła Nauk Społecznych z siedzibą w Lublinie, e-mail: januszm@kul.lublin.pl, ORCID: 0000-0002-0620-8000.

w wirtualnym świecie cyberprzestrzeni, a niektórzy z nich, ogarnięci wirtualną obsesją, zaczynają się izolować i zrywać realne więzi społeczne. Proces ten wydaje się trudny do zatrzymania, a nawet poniekąd, do pewnego stopnia, jest nieodwracalny¹.

Opinie dotyczące wpływu Internetu na stosunki międzyludzkie można podzielić na dwie kategorie. „Z jednej strony spotykamy się ze stanowiskiem, że świat on-line daje nowe możliwości nawiązywania relacji, które ułatwiają lub dopełniają relacje bezpośrednie. Osobom podróżującym lub pracującym za granicą internet pozwala regularnie kontaktować się z przyjaciółmi i rodziną w kraju. Dzięki niemu łatwiej znosić odległość i rozłąkę. Internet umożliwia też nawiązywanie relacji nowego typu, na przykład «anonimowi» użytkownicy sieci spotykają się na forach dyskusyjnych i omawiają interesujące ich tematy. Takie wirtualne kontakty czasami przeradzają się w pełnowartościowe więzy przyjaźni, a nawet owocują spotkaniem. Wielu użytkowników sieci przyłącza się do aktywnych społeczności internetowych, które jakościowo różnią się od grup funkcjonujących w świecie fizycznym. Badacze przekonani o pozytywnym wpływie internetu na stosunki międzyludzkie twierdzą, że poszerza on i wzbogaca sieci społeczne”².

Nie brakuje opinii krytycznych. „Okazuje się, że w miarę jak ludzie spędzają coraz więcej czasu, komunikując się on-line i organizując codzienne obowiązki za pośrednictwem sieci, coraz mniej czasu poświęcają pielęgnowaniu bezpośrednich relacji. Niektórzy socjologowie obawiają się, że rozwój internetu spowoduje pogłębienie izolacji jednostek i atomizacji społeczeństwa. Ich zdaniem jednym ze skutków szerokiej dostępności internetu w domu jest to, że ludzie spędzają coraz mniej «cennego czasu» ze swoimi rodzinami i przyjaciółmi. Internet wtargnął do sfery życia prywatnego i zatarał granicę między życiem zawodowym a domowym: wielu ludzi pracuje po godzinach w domu – sprawdza pocztę lub kończy rozpoczęte i niezakończone w pracy zadania. Prowadzi to do ograniczania kontaktów, zaniedbywania relacji z innymi, rezygnacji z tradycyjnych form rozrywki, takich jak teatr czy książka, i ogólnego osłabienia więzi społecznych”³.

¹ A. Betlej, *Socjologia internetu*, w: *100 lat socjologii w Katolickim Uniwersytecie Lubelskim Jana Pawła II. Idee – teorie – badania*, red. W. Szymczak, TN KUL, Lublin 2018, s. 359–371; A. Niermann, *Cyfrowe sieci społeczne – wymiar polityczny i społeczno/socjologiczna interpretacja*, „Keryks. Forum Pedagogiczno-religijne. Międzynarodowe – Międzykulturowe – Międzydyscyplinarne” 2011, nr 10, s. 259–271.

² A. Giddens, *Socjologia*, tłum. O. Siara, A. Szulżycka, P. Tomanek, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2012, s. 727.

³ Tamże, s. 727; zob. również: A. Błachnio, A. Przepiórka, T. Rowiński, *Dysfunkcjonalne korzystanie z Internetu – przegląd badań*, „Psychologia Społeczna” 2014, t. 9, nr 4, s. 378–395.

Jeżeli nawet Internet jest przestrzenią, w której następuje zagęszczenie kontaktów społecznych, to równocześnie izoluje on od problemów realnego świata. Wielu młodych ludzi żyje w imaginowanej i kreowanej przez siebie przestrzeni. Młodzież współczesna, zwana niekiedy pokoleniem cyfrowym, zdaje sobie sprawę z tego, jak ogromne możliwości stanowią nowe technologie w zakresie łączności, komunikacji i porozumienia między jednostkami i wspólnotami, zawierania nowych znajomości, poszukiwania informacji i wiadomości, dzielenia się opiniami i poglądami, tworzenia nowych wspólnot i sieci. Pozwalają spotkać się oraz poznawać wartości i tradycje innych ludzi, narodów i kultur⁴.

Szerokie jest oddziaływanie Internetu na postawy i zachowania moralne oraz religijne internautów⁵. Warto zaznaczyć, że dzisiejsza młodzież, która „potrafi doskonale odnajdywać się w wirtualnych przestrzeniach i umiejętnie poszukiwać oraz selekcjonować informacje, ale nierzadko nie umie (i nie chce!) poddawać ich refleksyjnej analizie”⁶. Internet pozwala młodzieży na budowanie i kreowanie własnej tożsamości na wiele różnych sposobów. Jest on źródłem informacji, które są później wykorzystywane w życiu społecznym, mogą stanowić podstawę wzmocnienia tożsamości osobowej i społecznej jednostek⁷. W przeciwieństwie do świata rzeczywistego w świecie wirtualnym wybór jest niczym nieograniczony, użytkownik sam decyduje, którą z opcji wybrać. Z badań zrealizowanych w 2017 r. wśród maturzystów archidiecezji łódzkiej tylko 21,2% ankietowanych deklaroowało, że w Internecie poszukuje wartości dla siebie ważnych, 81,2 % – w rodzinie, 74,4% – wśród przyjaciół, 25,3% – w szkole, 22,2% – w religii, 20,2% – w grupie rówieśniczej, 6,7% – w mediach, takich jak radio, prasa, telewizja⁸.

⁴ P. Szarota, *Od Facebooka do post-przyjaźni. Współczesne przeobrażenia bliskich relacji*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2018; A. Betlej, *Moralność w społeczeństwie sieci*, w: *Leksykon socjologii moralności. Podstawy, teorie, badania, perspektywy*, red. J. Mariański, Zakład Wydawniczy Nomos, Kraków 2015, s. 464–469.

⁵ Ł. Kaprańska, A. Maksymowicz, *Grzechy internautów. Jak internet wpływa na naszą moralność*, w: *Moralne dylematy Polaków w ponowoczesności. Wybrane problemy*, red. A. Maksymowicz, Zakład Wydawniczy Nomos, Kraków 2009, s. 99–108; M. Hędzalek, *Uzależnienie od internetu – zasięg, formy, zagrożenia*, w: *E-kultura, e-nauka, e-społeczeństwo*, red. B. Płonka-Syroka, M. Staszczak, Oficyna Wydawnicza Arboretum, Wrocław 2008, s. 267–282.

⁶ W. Wrzesień, *Kilka uwag o pokoleniowej sytuacji współczesnej polskiej młodzieży*, „Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny” 2016, R. 78, z. 1, s. 229–241.

⁷ E. Sielicka, *Internet jako środowisko wsparcia młodzieży w sytuacjach żałoby*, „Pedagogika Społeczna” 2018, R. 17, nr 1, 153–174; R. Lis, *Internet narzędziem kształtowania tożsamości jednostki*, w: *Wokół tożsamości. Teorie, wymiary, ekspresje*, red. I. Borowik, K. Leszczyńska, Zakład Wydawniczy Nomos, Kraków 2007, s. 327–342.

⁸ K. Kaźmierska, *Młodzież archidiecezji łódzkiej. Szkic do portretu*, Archidiecezjalne Wydawnictwo Łódzkie, Łódź 2018, s. 64.

Kościół katolicki a Internet

Wielorakie oddziaływanie Internetu ujawnia się również w sferze religijnej. Jednostki zaspokajają swoje potrzeby duchowe związane z *sacrum*, nawiązują różnorodne kontakty o charakterze religijnym, przekazują sobie różne informacje, umacniają swój światopogląd religijny lub dokonują jego demontażu, poszukują porad w sprawach religijnych czy doświadczenia wspólnoty. Możliwości, jakie stwarza Internet, są wykorzystywane przez Kościoły chrześcijańskie, denominacje, nowe ruchy religijne i sekty dla realizacji swoich założonych celów, jak utrwalanie pozytywnych postaw wobec religii i Kościoła, a także pozyskiwanie nowych członków. Katolickie portale internetowe stanowią już ważne przestrzenie spotkania i dialogu religijnego, wspomagają procesy więziotwórcze, udzielają porad religijnych i duchowych⁹.

W Polsce rozwijają się intensywnie strony WWW zawierające treści religijne. Ze względu na liczbę użytkowników wyróżniają się portale: Opoka, Deon, Wiara, Adonai oraz największa z tego typu witryn – Mateusz. Wśród portali związanych z mediami katolickimi wymienia się m.in. ekai.pl (Katolicka Agencja Informacyjna), niedziela.pl (tygodnik katolicki „Niedziela”) oraz www.radiomaryja.pl. Popularne są strony internetowe redagowane przez diecezję krakowską i tarnowską oraz przez zgromadzenia zakonne (franciszkanie, jezuici, dominikanie). W latach 2009–2013 zasięg witryn zawierających katolickie treści religijne utrzymywał się na poziomie 2,1–2,3 mln użytkowników¹⁰. Trzema najpopularniejszymi stronami internetowymi w listopadzie 2010 r. były: opoka.org.pl, onet.tvreligia oraz wiara.pl. Siła oddziaływania czy raczej przyciągania stron o tematyce religijnej jest więc do pewnego stopnia ograniczona. Odwoływanie się do nowych technologii w dziele ewangelizacji ma ograniczony zakres¹¹. Kościół chce się jednak przyczyniać do tego, by świat wirtualny miał „ludzką twarz”.

Według danych Instytutu Statystyki Kościoła Katolickiego SAC 55,1% parafii w Polsce posiada strony internetowe, 38,7% – nie posiada własnej witryny, a 6,2% było w trakcie jej przygotowania. Parafie prowadziły najczęściej własną stronę internetową w diecezji katowickiej (86,0%), warszawskiej (80,7%), bielsko-żywieckiej (80,0%) i gdańskiej (78,4%), najrzadziej w diecezji radomskiej (34,7%), kieleckiej (37,2%), siedleckiej (39,1%), drohiczyńskiej (39,2%), łomżyńskiej

⁹ A. Górny, *Internet – instrument wsparcia czy czynnik destabilizacji funkcjonowania Kościoła katolickiego w Polsce?*, w: *Tradycja i innowacja w polu refleksji socjologii religii*, red. S.H. Zaręba, I. Borowik, Kontrast, Warszawa 2016, s. 279.

¹⁰ J. Kloch, *Kościół w Polsce wobec Web 2.0*, Wyd. Jedność, Kielce 2013, s. 135, 141.

¹¹ E. Stachowska, *Religia i media w warunkach polskich*, w: *Pomiędzy sekularyzacją i religijnym ożywieniem. Podobieństwa i różnice w przemianach religijnych w Polsce i w Niemczech*, red. E. Firlit, M. Hainz, M. Libszowska-Żółtkowska, G. Pickel, D. Pollack, Wyd. WAM, Kraków 2012, s. 362–364.

(39,8%), łowickiej (36,4%), warmińskiej (39,9%). W latach 2010–2018 wskaźnik parafii posiadających strony internetowe wzrósł z 44 do 55%. Własny profil na portalach społecznościowych w 2016 r. posiadało 16,5% ogółu polskich parafii, najwięcej w diecezji płockiej (28,2%) i warszawsko-praskiej (28,2%), najmniej zaś w diecezji kieleckiej (6,4%) i przemyskiej (7,7%)¹².

W archidiecezji lubelskiej pod koniec 2008 r. na 264 parafie 84 posiadały własne strony internetowe (31,8% ogółu parafii archidiecezji). Według danych Instytutu Statystyki Kościoła Katolickiego SAC w 2018 r. w archidiecezji lubelskiej 49,1% parafii posiadało stronę internetową, 37,9% – nie posiadało i 12,9% – przygotowywało własną stronę internetową; 12,9% ogółu parafii archidiecezji lubelskiej w 2016 r. posiadało własny profil na portalach społecznościowych¹³. Parafie archidiecezji lubelskiej włączają się – w sposób sobie dostępny – w społeczeństwo sieci.

Ogólnie można powiedzieć, że parafialne strony internetowe rozwijają się bardzo dynamicznie. Są one traktowane jako część duszpasterstwa parafialnego, wspomagająca realizację podstawowych założeń duszpasterstwa zwyczajnego. Parafialne witryny internetowe, jakkolwiek nie zastępują bezpośredniego kontaktu człowieka z człowiekiem (interpersonalna komunikacja bezpośrednia), oferują wiele nowych możliwości i współpracy z wiernymi. We współczesnych społecznościach parafialnych tworzą się wciąż nowe sieci, nowe więzi społeczne. Obok parafii terytorialnych funkcjonują już *in statu nascendi* parafie wirtualne. Zmiany w funkcjonowaniu parafii, jakie wprowadzają nowe technologie medialne, a zwłaszcza Internet, są trudne do opisanie, szczególnie w perspektywie wpływu na ich dalsze funkcjonowanie. Tworzyć się będą nowe, wyspecjalizowane sieci powiązań, nowe wspólnoty i ruchy wspólnotowe o charakterze wirtualnym. Internet jest dobrą szansą na włączenie laikatu w życie parafii i Kościoła, może być on także wykorzystywany dla celów ewangelizacyjnych¹⁴.

Interaktywne komunikowanie w sieci Internetu rodzi nowe perspektywy dla praktyk religijnych. Oceny socjologów tych nowych form zaangażowania religijnego przez socjologów są różne. Maria Libiszowska-Żółtkowska zauważa, że wirtualizacja praktyk religijnych wypiera ich wspólnotowy charakter. Praktyki i religijne potrzeby wiernych są zaspokajane przez Internet, radio i telewizję¹⁵.

¹² Instytut Statystyki Kościoła Katolickiego SAC, *Annuario Statisticum Ecclesiae in Polonia AD 2018*, Warszawa 2018.

¹³ Tamże, s. 49–52.

¹⁴ K. Klauza, *Media w nowoczesnej parafii. Sugestie pastoralne stare i nowe*, Edycja Świętego Pawła, Częstochowa 2003, s. 145–148; K. Filipek, *Religijność w społeczeństwie sieciowym*, w: *Religia a gospodarka*, red. S. Patrycki, t. 2, Wyd. KUL, Lublin 2005, s. 277–281; B. Chętnicki, *Internet – medium ewangelizacji*, w: *Religia a gospodarka*, red. S. Patrycki, t. 2, Wyd. KUL, Lublin 2005, s. 282–285.

¹⁵ M. Libiszowska-Żółtkowska, *Typy religijności w społeczeństwie polskim w początkach XXI w. – trwałość i zmiana*, w: *Katolicyzm polski w warunkach Unii Europejskiej: szanse i zagrożenia, objawy i nadzieje*, red. J. Baniak, Redakcja Wydawnictw UAM – Wydział Teologiczny, Poznań 2004, s. 94.

Z kolei Wojciech Świątkiewicz twierdzi, że wirtualizacja praktyk religijnych w przestrzeni internetowej nie musi wypierać ich wspólnotowego charakteru, a nawet może sprzyjać różnym formom życia wspólnotowego. „Praktyki religijne w internetowej galaktyce włączają się w nowy sposób w kształtowanie kultury religijnej społeczeństwa lokalnego i globalnego, redefiniując ich wymiar publiczny i prywatny, indywidualny i wspólnotowy, kościelny i pozakościelny”¹⁶. Według niego nie ma odwrotu od obecności religii i Kościoła w Internecie. Interakcje *face to face* są jednak we wspólnocie parafialnej ważniejsze niż interakcje za pomocą komunikatów elektronicznych.

Kościół w sieci jest dowodem jego modernizacji, ale być może i niekiedy przejawem banalizacji religii i wiary. Z trudem można sobie wyobrazić istnienie parafii wirtualnej z jej wszystkimi funkcjami duszpasterskimi, ale portale religijne, fora skupiające ludzi wierzących, prywatne strony internetowe księży pojawiają się w niezwykłym tempie. Cyfryzacja naszego życia codziennego nie omija Kościoła. Dane szacunkowe mówią, że religia, obok pornografii (dość nieszczęśliwe sąsiedztwo), dominuje w Internecie. Jeżeli wpisujemy w wyszukiwarce słowo „religia”, wówczas otrzymamy ponad 23 mln wyników, hasło „Kościół” i „Bóg” daje o połowę mniej¹⁷. Trudno jednak uznać obecny poziom wykorzystania nowych technologii w Kościele w naszym kraju za zadowalający, podobnie jak i zaangażowanie osób duchownych w duszpasterstwo w sieci.

Intensywność i skala działań prowadzonych przez Kościoły i związki wyznaniowe w cyberprzestrzeni nieustannie rośnie. Katarzyna Marciniak wymienia następujące strony w Internecie: oficjalne strony poszczególnych Kościołów, w tym: diecezjalne, parafialne, zakonne, sanktuaryjne; strony serwisów informacyjnych; strony wydawnicze (np. wydawnictwa naukowe, popularne, pobożnościowe); strony problemowe (np. hagiograficzne); strony pielgrzymkowe; strony szkół i uczelni; blogi (internetowe dzienniki, pamiętniki prowadzone przez osoby duchowne). Autorka opisuje m.in. oficjalne strony internetowe poszczególnych Kościołów, strony zakonne, portale Opoka, Kościół, Wiara, Katolik czy Mateusz oraz działalność internetowych rekolekcji, spowiedź internetową, życie liturgiczne w Internecie, internetowe pielgrzymowanie indywidualne lub zbiorowe, internetowe piosenki religijne, blogi pisane przez księży, a nawet Cmentarz – Katolicki Portal Matki Bożej Zwycięskiej¹⁸.

¹⁶ W. Świątkiewicz, *Między sekularyzacją i deprywatyzacją. Socjologiczne refleksje wokół polskiej religijności w kontekście europejskim*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2010, s. 126–127.

¹⁷ K. Rożej, *Bóg w sieci*, „Przegląd Powszechny” 2009, nr 2, s. 44.

¹⁸ K. Marciniak, *E-religijność. Nowe wyzwanie, nowe możliwości*, w: *E-kultura, e-nauka, e-społeczeństwo*, red. B. Płonka-Syroka, M. Staszczak, Oficyna Wydawnicza Arboretum, Wrocław 2008, s. 170–182; A. Olczyk, *Internet w ewangelizacji misyjnej Kościoła*, w: *Mojemu Kościołowi wszystko! Księga jubileuszowa ku czci Ks. Arcybiskupa Stanisława Nowaka Metropolity Częstochowskiego z okazji*

Z każdym rokiem przybywa katolickich portali internetowych. Andrzej Górny omawia te nowe miejsca spotkania i dialogu, określając je w metaforyczny sposób: nowa agora – wirtualna ambona; nowa agora – salon dyskusyjny; salka katechetyczna – modlitwa i katecheza; początek wirtualnego Kościoła. W odniesieniu do portalu internetowego, który staje się nową przestrzenią katechezy i modlitwy, pisze: „Dzięki możliwościom stwarzanym przez Sieć, łatwiejsza staje się katecheza prowadzona w odniesieniu do wielu aspektów życia religijnego, ze szczególnym akcentem na kształtowanie refleksyjnych postaw wobec modlitwy. Portal staje się zatem przestrzenią formacji duchowej pozwalającą na spotkanie między duchownymi i laikatem zogniskowane wokół modlitwy. W ten sposób realizuje się także bez wątpienia integracyjna funkcja portali religijnych. Więż, jaka powstaje na gruncie modlitwy i katechezy, wydaje się silnym spoiwem łączącym duchownych i laikat we wspólnotę kościelną”¹⁹.

Internet stanowi niewyczerpane źródło informacji i porad w zakresie życia religijnego. Poszerza się ustawicznie tzw. rynek religijny, na którym pojawiają się treści zarówno wrogie religii i Kościołom, jak i im sprzyjające. W przestrzeni wirtualnej funkcjonuje bardzo wiele Kościołów chrześcijańskich, denominacji i nowych ruchów religijnych, które rywalizują między sobą na zasadach opartych na modelu konkurencji. Dla Kościoła katolickiego portal internetowy staje się ważną przestrzenią kontaktu z wiernymi, może być także przestrzenią formacji duchowej. Intensywność i skala działań prowadzonych przez Kościół katolicki w cyberprzestrzeni ustawicznie wzrasta.

Andrzej Górny omawia przykładowo niektóre sposoby wykorzystywania Internetu dla wspierania działalności Kościoła:

- a) Internet staje się użytecznym narzędziem wykorzystywanym w celu nauczania i ewangelizacji. Na portalach, takich jak Opoka.pl, Mateusz.pl, Katolik.pl, Kazanie.pl, można znaleźć wiele treści religijnych, także tych, które dotyczą funkcjonowania Kościoła, zasad dogmatycznych i moralnych, zawierających nauki dla wiernych.
- b) Wiele portali katolickich oferuje możliwość podjęcia dyskusji w dwóch zasadniczych formach: na czacie i na forum. Korzystanie z czatu pozwala na synchroniczną komunikację, dyskusja na forum przebiega asynchronicznie. Zarówno aktywność na czacie, jak i umieszczanie wpisów na forum pozwala na wielowymiarowy dialog.
- c) Katecheza prowadzona w różnorodnej formie oraz wsparcie w zakresie modlitwy.

25. *rocznicy sakry biskupiej i posługi pasterskiej w Kościele częstochowskim*, red. S. Jasioneck, Częstochowskie Wydawnictwo Archidiecezjalne Regina Poloniae, Częstochowa 2009, s. 473–485.

¹⁹ A. Górny, *Religijne portale internetowe – nowe przestrzenie wspólnotowego dialogu*, w: *Laikat i duchowieństwo w Kościele katolickim w Polsce. Problem dialogu i współistnienia*, red. J. Baniak, Wyd. Naukowe Wydziału Nauk Społecznych UAM, Poznań 2010, s. 197.

- d) Organizowanie rekolekcji adwentowych i wielkopostnych.
- e) Dialog podejmowany w odniesieniu do spraw najtrudniejszych, prywatnych czy wręcz intymnych. Wierni zadają pytania i dzielą się swoimi problemami z duchownymi, licząc na wsparcie i pomoc²⁰.

W podsumowaniu swoich rozważań pisze: „Oddziaływanie internetu na rolę i miejsce Kościoła katolickiego w Polsce jest wypadkową rozbieżnych tendencji i niezwykle trudno o sformułowanie jednoznacznego wniosku o charakterze rozstrzygającym. Powszechny dostęp do zasobów globalnej sieci z pewnością może przyczyniać się do zmniejszenia liczby katolików identyfikujących się z Kościołem instytucjonalnym. Z drugiej strony możliwości, jakie stwarza internet, są także wykorzystywane w celu umocnienia autorytetu i pozycji instytucji w przestrzeni społecznej”²¹.

Socjologowie mówią o nowej religijności i duchowości, o duchowości wirtualnej, o cyberreligii w nowych mediach elektronicznych, nawiązującej do środków wyrazu i motywów zaczerpniętych z kultury popularnej. „Treści religijne i duchowe zamieszczane w mediach elektronicznych stają się powszechnie dostępne zarówno dla tych, którzy interesują się nimi z czystej ciekawości, poszukując np. niezwykłych przeżyć i doświadczeń, jak i dla tych, którzy poszukują orientacji w świecie i wskazówek ułatwiających dokonywanie życiowych wyborów. Stanowią atrakcyjną ofertę dla ludzi poszukujących wspólnoty opartej na podobieństwie poglądów i stylów życia, ale również dla osób, które do poszukiwania duchowości skłoniły trudności czy życiowe kryzysy. Media elektroniczne, stwarzając możliwość kontaktu i dialogu, umożliwiają duchowe poszukiwania, choć nie są w stanie ich ukierunkować. Ułatwiają powstawanie nowych społecznych struktur, mimo że nie mogą nakłonić ani tym bardziej zmusić do włączenia się w nie. Otwierając przed jednostką «rynek» ofert religijnych i duchowych, pozostawiają jej decyzję określenia znaczenia duchowości we własnym życiu i sposobów jej przeżywania”²².

Internet staje się przestrzenią, w której można wyraźnie obserwować wzrost zainteresowania religią i duchowością. Przestrzeń wirtualna daje jednostkom nowe, wyjątkowo szerokie możliwości w zakresie życia religijnego, łącznie z przynależnością do wirtualnych społeczności religijnych i Kościołów²³. Dzięki

²⁰ A. Górny, *Internet – instrument wsparcia czy czynnik destabilizacji funkcjonowania Kościoła katolickiego w Polsce?*, w: *Tradycja i innowacja w polu refleksji socjologii religii*, red. S.H. Zaręba, I. Borowik, Kontrast, Warszawa 2016, s. 286–290.

²¹ Tamże, s. 291; także M. Podgórski, *Spółeczność wirtualna na forum dyskusyjnym „katolik.pl”*, w: *Wielka sieć. E-seje z socjologii internetu*, red. J. Kurczewski, Wyd. Trio, Warszawa 2006, s. 143–177.

²² A. Zduniak, *Duchowość w epoce mediów elektronicznych*, w: *Media i religia. Nowy kontekst komunikacji*, red. R. Sierocki, M. Sokołowski, A. Zduniak, Wyd. Adam Marszałek, Toruń 2016, s. 71.

²³ P. Siuda, *Cyberreligia – powstanie religijnych społeczności wirtualnych*, w: *Com.unikowanie w zmieniającym się społeczeństwie*, red. M. Niezgoda, M. Świątkiewicz-Mośny, A. Wagner, Zakład Wydawniczy Nomos, Kraków 2010, s. 284–293.

stronom internetowym można poznać ludzi podobnych sobie, wyznających te same lub podobne religie, kierujących się analogicznymi zasadami życiowymi. Portale religijne oferują nie tylko ogromny zasób informacji, ale i możliwości nawiązania kontaktu z innymi ludźmi o podobnych lub odmiennych poglądach, zainteresowanych dyskusją czy wymianą opinii na szeroko rozumiane tematy religijne.

Internet służy powstawaniu wirtualnych wspólnot oddziałujących na postawy i więź między ludźmi, które dla wielu stają się równie ważne, jak te w realnym świecie. Wiele materiałów publikowanych w Internecie dotyczy kwestii kontrowersyjnych, stojących w centrum aktualnych dyskursów i polemik. Przestrzeń wirtualną wykorzystują także nowe ruchy religijne i sekty propagujące swoje ideologie oraz usiłujące pozyskiwać nowych zwolenników i członków. Internet stwarza możliwości i szanse przemieszczania się między różnymi systemami światopoglądowymi i religijnymi²⁴. Internet zmienia sposoby rozprzestrzeniania się informacji oraz metody komunikacji wewnątrz nowych ruchów religijnych. Umożliwia publiczne upowszechnianie zarówno pozytywnych, jak i negatywnych informacji o ruchach religijnych, może wspomagać, jak i podważać struktury przywództwa oraz kulturę danej grupy religijnej. Internet stał się ważnym czynnikiem w kształtowaniu ogólnego środowiska ruchów kultowych oraz konkretnych nowych religii.

Młodzież a treści religijne w Internecie

Młodzież szkół ogólnokształcących, techników i zasadniczych szkół zawodowych w 2016 r. w sondażu CBOS informowała w 99%, że ma dostęp do Internetu w domu, prawie wszyscy korzystają z sieci bezprzewodowo, łącząc się z nią za pośrednictwem takich urządzeń przenośnych jak smartfon, tablet czy laptop (97%). Powszechne jest korzystanie z obecnego w gospodarstwie domowym komputera (99%) i smartfonu (94%) oraz rzadziej – tabletu (97%). Uczniowie i uczennice spędzają on-line przeciętnie cztery godziny na dobę, to o godzinę więcej niż w 2013 r. Chłopcy przebywają on-line przeciętnie nieco dłużej niż dziewczęta (o dwadzieścia minut). Mniej czasu niż inni przeznaczają na Internet w ciągu dnia respondenci mieszkający na wsiach i w największych

²⁴ A. Górny, *Religia w wirtualnej przestrzeni. Internetowe obszary sacrum*, w: *Ideologie codzienności*, red. I. Kamińska-Szmaj, T. Piekota, M. Poprawa, Wyd. Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2009, s. 207–214; W.J. Bober, *Powinność w świecie cyfrowym. Etyka komputerowa w świetle współczesnej filozofii moralnej*, Wyd. Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2008; R. Tadeusiewicz, *Spoleczność internetu*, Akademicka Oficyna Wydawnicza Exit, Warszawa 2002.

aglomeracjach²⁵. Powszechne jest także zjawisko korzystania z Internetu przez młodzież akademicką²⁶.

Internet jest jedną z najbardziej ulubionych form aktywności młodzieży związanych z jej zainteresowaniami. Poprzez swoją obecność w sieci współkształtuje ona społeczeństwo wirtualne. Nie odnosi się to do zainteresowań młodzieży problematyką religijną. W badaniach zrealizowanych w 2017 r. wśród maturzystów archidiecezji łódzkiej na pytanie, czym jest dla nich Internet, udzielono następujących odpowiedzi: źródłem wiedzy o wszystkich dziedzinach życia – 78,8%, źródłem informacji o bieżących sprawach społeczno-politycznych – 56,6%, źródłem wiedzy o kwestiach religii i wiary – 8,6%, głównym sposobem komunikacji ze znajomymi – 80,5%, najważniejszym sposobem spędzania czasu wolnego – 16,4%. Co najwyżej dla dziesiątego badanego Internet jest źródłem wiedzy o religii i wierze²⁷.

Na niektóre kwestie związane z wirtualną przestrzenią religijną starano się wskazać w niniejszym opracowaniu w kontekście badań socjologicznych o charakterze ogólnopolskim, zrealizowanych na przełomie kwietnia i maja 2017 r. Przeprowadziło je konsorcjum badawcze Katedry Socjologii Religii w Instytucie Socjologii UKSW wraz z Instytutem Statystyki Kościoła Katolickiego SAC w klasach drugich liceów ogólnokształcących, techników i zasadniczych szkół zawodowych. Te ogólnopolskie badania socjologiczne przeprowadzono za pomocą tzw. ankiety rozdawanej, czyli przez przekazanie kwestionariuszy ankiet uczniom obecnym w danym dniu na lekcjach w szkole. Pełne opracowanie wyników tych badań ukazało się drukiem w obszernej publikacji w 2018 r.²⁸

W badaniach socjologicznych w 2017 r. wzięło udział łącznie 1339 osób, co stanowiło 83,4% założonej próby badawczej. W całej zbadanej zbiorowości młodzieży szkół średnich 56,4% ankietowanych to kobiety, 42,3% – mężczyźni (1,3% – brak odpowiedzi); według typu szkoły: liceum ogólnokształcące – 54,1%, technikum – 24,6%, zasadnicze szkoły zawodowe – 21,3%; według miejsca zamieszkania: wieś – 45,9%, miasto do 50 tys. mieszkańców – 19,4%, miasto od 50 do 100 tys. mieszkańców – 13,4%, miasto od 100 do 250 tys. mieszkańców – 9,0%, miasto od 250 do 500 tys. mieszkańców – 5,5%, miasto powyżej 500 tys. mieszkańców – 5,5% (brak odpowiedzi – 1,3%).

²⁵ M. Feliksiak, *Zainteresowania i aktywności*, w: *Młodzież 2016. Raport z badania sfinansowanego przez Krajowe Biuro ds. Przeciwdziałania Narkomanii*, CBOS, Warszawa 2016, s. 166–190.

²⁶ B. Trzop, *Formy spędzania czasu wolnego i uczestnictwo w kulturze*, w: *Młodzież w czasach nieufności. Studenci zielonogórcy o sobie i innych*, red. M. Zielińska, D. Szaban, Fundacja Obserwatorium Społeczne Inter Alia, Zielona Góra 2016, s. 134–163.

²⁷ K. Kaźmierska, *Młodzież archidiecezji łódzkiej. Szkic do portretu*, Archidiecezjalne Wydawnictwo Łódzkie, Łódź 2018, s. 126–127.

²⁸ J. Mariński, *Kondycja religijna i moralna młodzieży szkół średnich w latach 1988–1998–2005–2017 (raport z ogólnopolskich badań socjologicznych)*, Wyd. Adam Marszałek, Toruń 2018.

Badana młodzież szkół średnich w 84,6% przyznawała się do katolicyzmu, w 4,1% – do innych wyznań religijnych, w 10,3% – określiła siebie jako bezwyznaniowych, 1,0% – to nieudzielający odpowiedzi. W całej zbiorowości 7,5% ankietowanych deklaroowało się jako głęboko wierzący, 46,4% – jako wierzący, 23,3% – jako niezdecydowany w sprawach wiary, 13,2% – jako obojętny religijnie, 8,8% – jako niewierzący i 0,7% – nieudzielający odpowiedzi; 19,0% badanych określiło siebie jako praktykujących w każdą niedzielę, 22,1% – prawie w każdą niedzielę, 14,0% – około jeden lub dwa razy w miesiącu, 19,9% – tylko w wielkie święta, 12,5% – tylko z okazji chrztu, ślubu, pogrzebu itp., 9,2% – w ogóle niepraktykujący (3,3% – brak odpowiedzi).

Badanej młodzieży szkolnej postawiono pytanie: „Czy w ostatnich 6 miesiącach poszukiwał(a)sę w internecie treści o charakterze religijnym?”. W całej zbiorowości 10,0% badanych odpowiedziało zdecydowanie twierdząco, 15,6% – raczej tak, 15,4% – ani tak, ani nie, 31,2% – raczej nie, 25,6% – zdecydowanie nie i 2,2% – brak odpowiedzi. Łącząc pierwszą i drugą odpowiedź, otrzymujemy wskaźnik 25,6% tych, którzy interesują się informacjami o tematyce religijnej zamieszczonymi w Internecie. Nie jest on wysoki, jeżeli porównamy go ze wskaźnikami tych, którzy w ogóle korzystają z Internetu. Ponad połowa ankietowanych zadeklarowała brak jakichkolwiek działań związanych z eksploracją sieci w celach religijnych (56,8%). Wśród studentów polskich w 2017 r. 11% badanych deklaroowało zdecydowanie („zdecydowanie tak”) poszukiwanie w Internecie treści religijnych, 19% – raczej tak, 11% – ani tak, ani nie, 27% – raczej nie, 29% – zdecydowanie nie i 3% – brak odpowiedzi²⁹.

Kobiety – podobnie często jak mężczyźni – deklaroowały korzystanie w Internecie z treści o charakterze religijnym (26,3% wobec 24,7%); młodzież z liceów ogólnokształcących (26,3%) i z techników (27,0%) częściej niż z zasadniczych szkół zawodowych (22,1%); młodzież mieszkająca na wsi – 26,6%, w miastach do 50 tys. mieszkańców – 26,5%, w miastach od 50 do 100 tys. mieszkańców – 22,4%, w miastach od 100 do 250 tys. mieszkańców – 21,4%, w miastach od 250 do 500 tys. mieszkańców – 24,3%, w miastach powyżej 500 tys. mieszkańców – 26,0%; głęboko wierzący – 60,4% i wierzący – 30,8% częściej niż niezdecydowani, ale przywiązani do tradycji religijnych – 16,3%, obojętni religijnie – 11,2% i niewierzący – 14,4%; praktykujący w każdą niedzielę – 43,3% i prawie w każdą niedzielę – 32,1% częściej niż praktykujący około jeden lub dwa razy

²⁹ M. Zarzecki, *Religia.pl – religijność młodzieży akademickiej w paradygmacie Web 2.0*, w: *Miedzy konstrukcją i dekonstrukcją uniwersum znaczeń. Badania religijności młodzieży akademickiej w latach 1988–1998–2005–2017*, red. S.H. Zaręba, M. Zarzecki, Warszawskie Wydawnictwo Socjologiczne, Warszawa 2018, s. 264; M. Świątkiewicz-Mośny, *Sztrykowanie czy surfowanie? Rodzinne sposoby spędzania wolnego czasu*, w: *Rodzina w sercu Europy. Rybnik – Nitra – Hradec Králové – Szeged. Socjologiczne studium rodziny współczesnej*, red. W. Świątkiewicz, Wyd. Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2009, s. 143–144.

w miesiącu – 22,4%, praktykujący tylko w wielkie święta – 19,1%, praktykujący tylko z okazji ślubu, pogrzebu itp. – 11,2% i w ogóle niepraktykujący – 14,7%.

Cechy demograficzne i społeczne tylko nieznacznie różnicowały częstotliwość korzystania z treści religijnych w Internecie. Stosunkowo najrzadziej korzystali z nich uczniowie z zasadniczych szkół zawodowych oraz mieszkańcy z miast od 50 do 250 tys. mieszkańców. Cechy religijne z kolei wyraźnie wpływały różnicując na korzystanie z treści religijnych. W miarę przechodzenia od osób głęboko wierzących do niewierzących i od praktykujących w każdą niedzielę do w ogóle niepraktykujących zmniejszały się systematycznie wskaźniki osób korzystających z treści religijnych zamieszczanych w Internecie. Zwłaszcza wysoki wskaźnik wykorzystujących sieć do poszukiwania treści religijnych odnosi się do głęboko wierzących (różnica w stosunku do niewierzących – 46,0%) oraz do uczęszczających w każdą niedzielę do kościoła (różnica w stosunku do w ogóle niepraktykujących – 28,6%). Według badań zrealizowanych na zlecenie międzynarodowego portalu Aleteia wśród użytkowników zarejestrowanych na Facebooku oraz Instagramie, będących w wieku 18–25 lat, odsetek badanych poszukujących w mediach społecznościowych treści związanych z wiarą był niewielki i wynosił w Europie 4,11%, w Polsce – 11,25%³⁰.

Niski poziom poszukiwania treści religijnych w Internecie kontrastuje z powszechnym używaniem tego środka informacji i przekazu, o czym świadczą wyniki badań socjologicznych. W kwietniu 2017 r. 67% badanych Polaków będących w wieku 18 lat i więcej informowało, że korzysta przynajmniej raz w miesiącu z Internetu (w 2002 r. – 17%). Korzystanie z Internetu jest powszechne wśród badanych w wieku 18–24 lat (100%) i prawie powszechne wśród osób w wieku 25–34 lat (96%) i 35–44 lat (87%), rzadziej wśród osób starszych będących w wieku 45–54 lat – 70%, 55–64 lat – 47% oraz 65 lat i więcej – 23%. Prawdopodobieństwo korzystania z Internetu zwiększa się od 19% wśród osób z wykształceniem podstawowym do 95% z wykształceniem wyższym i od 59% ankietowanych mieszkających na wsi do 79% w miastach powyżej 500 tys. mieszkańców³¹.

Aktywność religijna młodzieży w Internecie

W Orędziu na Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu z 2002 r. pt. „Internet: nowe forum głoszenia Ewangelii” papież Jan Paweł II podkreślił, że istota Internetu polega na dostarczeniu niemal nieograniczonej ilości informa-

³⁰ Aleteia, <http://www.aleteia.pl> (dostęp: 11.09.2018).

³¹ M. Feliksiak, *Korzystanie z internetu*, Komunikat z badań CBOS 2017 nr 49, CBOS, Warszawa, s. 1–4.

cji, pojawiających się tylko na chwilę. W kulturze, która karmi się zjawiskami przelotnymi, istnieje niebezpieczeństwo, że ludzie będą skłonni przypisywać większe znaczenie faktom niż wartościom. Internet oferuje szeroki zasób wiedzy i informacji, ale nie uczy wartości. Szkodę ponosi nasze człowieczeństwo i człowiek traci z oczu swoją transcendentną godność. Człowiek, który skupia się na tym, co konkretne, użyteczne i łatwo dostępne, staje się niezdolny do podjęcia głębszej refleksji. Co więcej, Internet jest forum, na którym praktycznie wszystko jest dozwolone i niemal nic nie jest trwałe, sprzyja relatywistycznemu sposobowi myślenia i nierzadko prowadzi do wyzbycia się osobistej odpowiedzialności i zaangażowania. Władze cywilne powinny czuwać, by ten wspaniały instrument zawierający w sobie olbrzymi potencjał dobra służył wspólnemu dobru i nie wyrządził nikomu krzywdy³².

Papież Benedykt XVI wielokrotnie podkreślał rolę nowych mediów cyfrowych w duszpasterstwie. W Orędziu na 44. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu z dnia 24 stycznia 2010 roku zachęcał duszpasterzy, by głosili Ewangelię, wykorzystując – oprócz tradycyjnych – również audiowizualne środki nowej generacji (zdjęcia, video, animacje, blogi, strony internetowe), które stwarzają nieznane dotąd okazje do dialogu i są przydatne w ewangelizacji i katechezie. Rozwój nowych technologii stanowi wielkie bogactwo dla wszystkich ludzi razem oraz dla człowieka jako bytu indywidualnego. Są bodźcem do spotkania i dialogu. Nowe środki cyfrowe umożliwiają także nawiązanie kontaktu z wyznawcami wszystkich religii, z niewierzącymi i z przedstawicielami różnych kultur. Duszpasterstwo w świecie cyfrowym musi pamiętać także o tych, którzy nie wierzą, są zniechęceni, ale w sercu mają pragnienie Absolutu i nieprzemijającej prawdy³³. Kościół katolicki wzywa swoich wiernych, by do świata cyfrowego wnosili świadectwo swojej wiary.

Poszukujący w Internecie treści o charakterze religijnym mają do dyspozycji bardzo rozległe spektrum tematyki religijnej, zarówno w formie serwisów parafii, diecezji i zgromadzeń zakonnych, jak i plików multimedialnych YouTube, forów i czatów o tematyce religijnej, witryn biur pielgrzymkowych itp. Respondentom przedstawiono dziesięć różnych dziedzin czy instancji oferujących treści religijne. Oceniali je oni według następującej kafeterii odpowiedzi: zdecydowanie tak, raczej tak, raczej nie, zdecydowanie nie, trudno powiedzieć. W tabeli 1 przedstawiono uzyskane dane empiryczne w zakresie aktywności religijnych w Internecie.

³² Jan Paweł II, *Godność*, w: *Godność. Antologia tekstów. VI Dni Jana Pawła II*, wybór tekstów, oprac. i wprow. K. Gryz, Wyd. Politechniki Krakowskiej, Kraków 2011, s. 217–218.

³³ „L'Osservatore Romano” 2010, R. 31, nr 3–4, s. 6–7.

Tabela 1. Deklaracje młodzieży szkolnej o korzystaniu z religijnych stron i portali internetowych (dane w %)

Rodzaje aktywności	Zdecydowanie tak	Raczej tak	Raczej nie	Zdecydowanie nie	Brak zdania	Brak danych	Razem
Religijne serwisy informacyjne	2,5	3,3	9,1	13,2	3,9	68,0	100,0
Serwisy parafii, diecezji, zgromadzeń zakonnych	3,5	5,5	5,7	11,4	2,8	71,2	100,0
Fora i czaty o tematyce religijnej	4,1	4,8	6,4	10,9	3,2	70,6	100,0
Biblioteki o tematyce religijnej	3,1	5,2	6,9	10,9	2,9	71,1	100,0
Treści religijne w YouTube	6,8	6,1	5,6	8,3	3,3	69,9	100,0
Czytelnie o tematyce religijnej	2,8	4,3	6,7	11,3	3,6	71,3	100,0
Galerie lub wystawy sztuki sakralnej	1,7	2,7	7,7	12,0	3,6	72,3	100,0
Serwisy z muzyką religijną	3,4	3,4	5,7	12,7	2,9	72,0	100,0
Witryny biur pielgrzymkowych	1,0	1,6	6,4	16,1	2,7	72,1	100,0
Portale religijne wspólnot i organizacji	1,7	1,9	6,8	13,7	3,3	72,6	100,0
Inne	2,2	0,7	2,2	5,8	0,7	88,3	100,0

Źródło: Badania przeprowadzone przez Instytut Socjologii UKSW.

Młodzież szkół średnich informowała w następujący sposób o korzystaniu z treści religijnych w Internecie: religijne serwisy informacyjne (np. strona Katolickiej Agencji Informacyjnej) – 5,8% badanych; serwisy parafii, diecezji i zgromadzeń zakonnych – 9,0%; fora i czaty o tematyce religijnej – 8,9%; internetowe biblioteki o tematyce religijnej – 8,3%; treści religijne w YouTube – 12,9%; czytelnie o tematyce religijnej – 7,1%; galerie lub wystawy sztuki sakralnej – 4,7%; serwisy z muzyką religijną – 6,8%; witryny biur pielgrzymkowych – 2,6%; portale religijne wspólnot i organizacji – 3,6%; inne – 2,9%.

Poszczególne rodzaje aktywności religijnej w Internecie obejmowały od 2,6 do 12,9% ankietowanych, a więc odnosiły się we wszystkich przypadkach do zdecydowanej mniejszości badanej młodzieży. Poszukujący treści religijnych w Internecie dość często partycypują w kilku społecznościach wirtualnych, mniejszość tylko w jednej. Jakkolwiek jest możliwe bycie tylko wirtualnym wyznawcą religijnym, to dla większości zaangażowanie się w religijne aktywności odbywające się w cyberprzestrzeni łączy się z udziałem w konwencjonalnych praktykach i aktywnościach religijnych.

Serwisy parafii, diecezji i zgromadzeń zakonnych są odwiedzane w Internecie przez 8,9% badanych kobiet i 9,0% – mężczyzn; młodzież z liceów ogólnokształcących – 9,8%; młodzież z techników – 8,2%, młodzież z zasadniczych szkół zawodowych – 7,8%; młodzież mieszkająca na wsi – 9,9%, w miastach do 50 tys. mieszkańców – 10,8%, w miastach od 50 do 100 tys. mieszkańców – 7,3%; w miastach od 100 do 250 tys. mieszkańców – 5,0%, w miastach od 250 do 500 tys. mieszkańców – 4,1%, w miastach powyżej 500 tys. mieszkańców – 9,6%; głęboko wierzący – 29,7%, wierzący – 11,0%, niezdecydowani, ale przywiązani do tradycji religijnej – 5,7%, obojętni religijnie – 2,2%, niewierzący – 0,0%; praktykujący w każdą niedzielę – 20,0%, prawie w każdą niedzielę – 11,9%, jeden lub dwa razy w miesiącu – 9,6%, tylko w wielkie święta – 4,1%, tylko z okazji ślubu, pogrzebu itp. – 3,0%, w ogóle niepraktykujący – 0,0%.

Najczęściej przez młodzież szkolną były poszukiwane treści religijne w YouTube: kobiety – 13,3%, mężczyźni – 12,3%; młodzież z liceów ogólnokształcących – 13,0%, z techników – 13,7%, z zasadniczych szkół zawodowych – 12,0%; młodzież mieszkająca na wsi – 14,6%, w miastach do 50 tys. mieszkańców – 12,4%, w miastach od 50 do 100 tys. mieszkańców – 9,5%; w miastach od 100 do 250 tys. mieszkańców – 9,9%, w miastach od 250 do 500 tys. mieszkańców – 13,6%, w miastach powyżej 500 tys. mieszkańców – 12,3%; głęboko wierzący – 39,6%, wierzący – 15,5%, niezdecydowani, ale przywiązani do tradycji religijnej – 6,1%, obojętni religijnie – 4,6%, niewierzący – 6,6%; praktykujący w każdą niedzielę – 22,8%, prawie w każdą niedzielę – 14,5%, jeden lub dwa razy w miesiącu – 12,9%, tylko w wielkie święta – 11,3%, tylko z okazji ślubu, pogrzebu itp. – 3,6%, w ogóle niepraktykujący – 5,7%.

Wartości testu korelacyjnego nie wykazują związku statystycznego między deklarowaniem poszukiwania treści religijnych w Internecie a płcią badanych, typem szkoły i wielkością miejsca zamieszkania. Tylko nieznacznie częściej – według wskaźników procentowych – korzystały z tych treści kobiety, młodzież z liceów ogólnokształcących i z techników oraz mieszkająca na wsi lub w miastach do 50 tys. mieszkańców. Bardzo wyraźnie różnicowały te wyniki zmienne religijne. W miarę przechodzenia od kategorii osób głęboko wierzących do kategorii osób niewierzących oraz od regularnie praktykujących do w ogóle niepraktykujących zmniejszały się wskaźniki odwiedzających serwisy parafialne, diecezjalne i zgromadzeń zakonnych oraz treści religijne w YouTube. Te ostatnie były poszukiwane przez część respondentów określających siebie jako niewierzących lub w ogóle niepraktykujących³⁴.

Korzystanie ze stron internetowych o tematyce religijnej przez młodzież szkolną wydaje się mieć mniejszy zasięg i intensywność niż przez młodzież

³⁴ S. Trojan, *Internet i tożsamość religijna na przykładzie Ukrnetu*, w: *Tożsamość i komunikacja*, red. J. Szulich-Kałuża, L. Dyczewski, R. Szwed, Wyd. KUL, Lublin 2011, s. 245–248.

akademicką. Przykładowo, korzystanie z internetowych serwisów parafii, diecezji i zgromadzeń zakonnych deklarowało w 2017 r. 9,0% badanych ze szkół średnich i 16,4% badanych spośród młodzieży akademickiej; korzystanie z treści religijnych w YouTube (odpowiednio) – 12,9% i 15,7%³⁵. Nie są to jednak różnice znaczące, raczej wskazują na podobieństwo zachowań wirtualnych młodzieży szkolnej i akademickiej w omawianej dziedzinie spraw.

Podobne wyniki empiryczne uzyskano w 2017 r. wśród młodzieży szkół ponadgimnazjalnych w archidiecezji łódzkiej. Dla 78,8% ankietowanej młodzieży Internet jest źródłem wiedzy o wszystkich dziedzinach życia, dla 80,5% – głównym sposobem komunikacji ze znajomymi, dla 56,6% – źródłem informacji bieżących o sprawach społeczno-politycznych i tylko dla 8,6% badanych źródłem wiedzy o kwestiach religii i wiary³⁶.

Ocena różnych form religijności wirtualnej

Rozwój nowych mediów, zwłaszcza Internetu, spowodował, że coraz częściej mówi się o wirtualnej religijności i wirtualnej duchowości. Korzystanie z Internetu wpływa na różne elementy życia religijnego w wymiarze intelektualnym, praktyk religijnych i ogólnego stosunku do religii, w wymiarze wspólnotowym i doświadczeń religijnych oraz moralnych – twierdzą socjologowie. Z pewnością Internet przyczynił się do powstania nowych wzorów praktyk religijnych, czego przejawem są e-wspólnoty. Dostęp do różnorodnych treści, brak bariery czasu i przestrzeni, anonimowość i indywidualność stwarzają młodym ludziom nowe warunki zdobywania wiedzy, a także jej jakości.

Także część praktyk religijnych przeniosła się do sieci. Są one coraz częściej realizowane przez młode osoby za pomocą portali internetowych, co dotyczy zarówno praktyk indywidualnych, jak i zbiorowych. W sieci pojawiają się różnego rodzaju wspólnoty religijne powalające swoim członkom realizować się duchowo i społecznie. Część z nich jest kontynuacją wspólnot istniejących w rzeczywistości, inne mają charakter wyłącznie wirtualny. Internet ma również znaczący wpływ na wymiar doświadczeń religijnych, jest często miejscem poszukiwania odpowiedzi na najważniejsze pytania egzystencjalne. Służy wymianie doświadczeń pomiędzy wiernymi i przybliżaniu sobie wzajemnie idei Boga. W sieci proponowane są różnego rodzaju formy

³⁵ S.H. Zaręba, M. Zarzecki, *Aneks I*, w: *Między konstrukcją i dekonstrukcją uniwersum znaczeń. Badania religijności młodzieży akademickiej w latach 1988–1998–2005–2017*, red. S.H. Zaręba, M. Zarzecki, Warszawskie Wydawnictwo Socjologiczne, Warszawa 2018, s. 392–395.

³⁶ K. Kaźmierska, *Młodzież archidiecezji łódzkiej. Szkic do portretu*, Archidiecezjalne Wydawnictwo Łódzkie, Łódź 2018, s. 126.

odnowy duchowej, np. rekolekcje internetowe³⁷. Niekiedy mówi się nawet o duchowości Internetu³⁸.

W Internecie wysuwane są różne oczekiwania wobec Kościoła, często jego krytyka. W opinii internautów kształtuje się określony obraz tej instytucji. Z przeprowadzonej analizy socjologicznej wynika, że „Kościół ma być przede wszystkim instancją moralną; jego zadaniem jest obrona ubogich, pokrzywdzonych i odrzuconych, opowiadanie się za sprawiedliwością i solidarnością społeczną, piętnowanie zjawisk przyczyniających się do podziałów między ludźmi, dyskryminacji i obojętności na los innych. Wysuwane wobec członków Kościoła – zarówno hierarchii, jak i wiernych – postulaty ubóstwa, sprawiedliwości, pokory oraz życia zgodnego z głoszonymi zasadami są w istocie postulatami ewangelicznymi (Kazanie na Górze). Zasadniczym obiektem krytyki skierowanej wobec Kościoła nie są wcale, jak się często uważa, te elementy jego nauczania, które sprzeciwiają się nowoczesnym tendencjom kulturowym, lecz elementy tradycji, form komunikacji i konkretne zachowania jego przedstawicieli, które sprzeciwiają się zasadom ewangelicznym”³⁹.

W ankiecie indagowano młodzież szkół średnich na temat oceny uczestnictwa w praktykach religijnych w Internecie i w rzeczywistości pozawirtualnej (realnej), czyli w sposób tradycyjny. Respondenci oceniali siedem różnych praktyk religijnych realizowanych w wirtualu i w realu według skali od „zdecydowanie tak” do „zdecydowanie nie”. Uzyskane wyniki empiryczne przedstawiono w tabeli 2.

Łącząc odpowiedzi „zdecydowanie tak” i „raczej tak”, otrzymujemy następujące wskaźniki aktywności religijnej w Internecie i w rzeczywistości pozainternetowej traktowanych jako równorzędne: internetowe rekolekcje i kazania – 31,0%; modlitwa online (np. różaniec online) – 26,7%; wirtualna wspólnota parafialna – 26,2%; msze św. i nabożeństwa w sieci – 21,1%; e-duszpasterstwo – 16,0%; e-sповідь – 9,3%; pielgrzymki online – 7,0%; inne – 1,8%. Znacznie więcej ankietowanych prezentowało pogląd przeciwny (odpowiednio) – 45,7%, 61,6%, 44,6%, 32,8%, 38,2%, 35,1%, 61,1%, 13,0%; nie miało poglądu w omawianej sprawie lub nie udzieliło odpowiedzi (odpowiednio) – 38,4%, 29,1%, 34,3%, 36,2%, 35,2%, 38,7%, 31,8%, 85,2%.

Biorąc pod uwagę siedem rodzajów praktyk religijnych spełnianych w Internecie i w rzeczywistości pozainternetowej, wskaźnik ich równości kształtował się na poziomie 16,6%, wskaźnik odrębności – 48,6%, wskaźnik niezdecydo-

³⁷ A. Kiżewska, *Internet jako czynnik kształtujący przemiany życia religijnego młodych*, w: *Religia i Kościół w świadomości katolików świeckich w Polsce i w Niemczech. Kontynuacja czy zmiana nastawienia?*, red. J. Baniak, Wyd. Naukowe Wydziału Nauk Społecznych UAM, Poznań 2013, s. 141–154.

³⁸ M. Wyrostkiewicz, *Internet i (nie)moralność*, MW Press, Lublin 2015, s. 299–302.

³⁹ A. Zduniak, *Obraz Kościoła w oczach internautów po wyborze nowego papieża*, w: *Religia i Kościół w świadomości katolików świeckich w Polsce i w Niemczech. Kontynuacja czy zmiana nastawienia?*, red. J. Baniak, Wyd. Naukowe Wydziału Nauk Społecznych UAM, Poznań 2013, s. 165–166.

Tabela 2. Ocena praktyk religijnych w Internecie i realizowanych w tradycyjny sposób (dane w %)

Rodzaje praktyk religijnych	Zdecydowanie tak	Raczej tak	Raczej nie	Zdecydowanie nie	Brak zdania	Brak danych	Razem
E-duszpasterstwo	4,9	11,1	17,2	28,5	17,9	20,5	100,0
E-sповідь	3,8	5,5	16,9	44,7	10,8	18,3	100,0
Msze św. i nabożeństwa	7,4	13,7	16,4	28,2	15,5	18,8	100,0
Rekolekcje i kazania	11,7	19,3	12,1	20,7	16,0	20,2	100,0
Modlitwa online	8,3	18,4	14,0	24,2	15,6	19,6	100,0
Wirtualna wspólnota parafialna	9,5	16,7	13,1	22,0	17,6	21,1	100,0
Pielgrzymki online	3,5	3,5	19,9	41,2	11,2	20,6	100,0
Inne	0,9	0,9	2,8	10,2	3,8	81,4	100,0

Źródło: Badania przeprowadzone przez Instytut UKSW.

wania lub braku odpowiedzi – 34,9%. Można by więc powiedzieć, że co piąty ankietowany był skłonny traktować na równi praktyki religijne w wirtualnej i realnej przestrzeni życia. Dezaprobata utożsamiania praktyk religijnych w Internecie i w tradycyjny sposób odnosiła się szczególnie do praktyk o wyższym poziomie intymności, jak e-sповідь, pielgrzymki online, e-duszpasterstwo, msze św. i nabożeństwa. Aprobata była wyrażana najczęściej wobec rekolekcji internetowych i kazań, modlitwy online oraz wirtualnej wspólnoty parafialnej⁴⁰.

Duszpasterstwo realizowane w Internecie i w sposób tradycyjny traktowało na równi 14,9% badanych kobiet i 17,5% ankietowanych mężczyzn; młodzież z liceów ogólnokształcących – 15,2%, z techników – 17,1%, z zasadniczych szkół zawodowych – 16,8%; młodzież mieszkająca na wsi – 18,2%, w miastach do 50 tys. mieszkańców – 15,4%, w miastach od 50 do 100 tys. mieszkańców – 11,1%, w miastach od 100 do 250 tys. mieszkańców – 13,2%, w miastach od 250 do 500 tys. mieszkańców – 16,2%, w miastach powyżej 500 tys. mieszkańców – 19,1%; głęboko wierzący – 23,7%, wierzący – 16,6%, niezdecydowani, ale przywiązani do tradycji religijnej – 14,5%, obojętni religijnie – 15,8%, niewierzący – 10,2%; praktykujący w każdą niedzielę – 21,7%, prawie w każdą niedzielę – 19,6%, jeden lub dwa razy w miesiącu – 11,2%, tylko w wielkie święta – 16,4%, tylko z okazji ślubu, pogrzebu itp. – 12,5%, w ogóle niepraktykujący – 9,8%.

Msze św. i nabożeństwa w sieci oraz w rzeczywistości pozawirtualnej na równi traktowało 21,9% badanych kobiet i 20,0% ankietowanych mężczyzn; młodzież z liceów ogólnokształcących – 22,9%, z techników – 19,2%, z zasadniczych szkół zawodowych – 18,6%; młodzież mieszkająca na wsi – 22,8%, w miastach do 50 tys. mieszkańców – 22,6%, w miastach od 50 do 100 tys. mieszkańców – 17,8%, w miastach od 100 do 250 tys. mieszkańców – 14,0%,

⁴⁰ M. Zarzecki, *Religia.pl...*, s. 268–269.

w miastach od 250 do 500 tys. mieszkańców – 24,4%, w miastach powyżej 500 tys. mieszkańców – 17,8%; głęboko wierzący – 25,8%, wierzący – 21,5%, niezdecydowani, ale przywiązani do tradycji religijnej – 23,4%, obojętni religijnie – 18,7%, niewierzący – 12,7%; praktykujący w każdą niedzielę – 27,9%, prawie w każdą niedzielę – 21,9%, jeden lub dwa razy w miesiącu – 21,9%, tylko w wielkie święta – 22,1%, tylko z okazji ślubu, pogrzebu itp. – 16,7%, w ogóle niepraktykujący – 10,6%.

Takie samo znaczenie przypisywało modlitwie w tradycyjny sposób i modlitwie w Internecie (np. różaniec online) 28,4% badanych kobiet i 25,0% ankietowanych mężczyzn; młodzież z liceów ogólnokształcących – 30,1%, z techników – 23,7%, z zasadniczych szkół zawodowych – 21,4%; młodzież mieszkająca na wsi – 28,4%, w miastach do 50 tys. mieszkańców – 28,5%, w miastach od 50 do 100 tys. mieszkańców – 22,4%, w miastach od 100 do 250 tys. mieszkańców – 19,9%, w miastach od 250 do 500 tys. mieszkańców – 25,7%, w miastach powyżej 500 tys. mieszkańców – 31,5%; głęboko wierzący – 38,6%, wierzący – 30,0%, niezdecydowani, ale przywiązani do tradycji religijnej – 25,7%, obojętni religijnie – 20,9%, niewierzący – 11,0%; praktykujący w każdą niedzielę – 36,2%, prawie w każdą niedzielę – 35,2%, jeden lub dwa razy w miesiącu – 25,1%, tylko w wielkie święta – 24,7%, tylko z okazji ślubu, pogrzebu itp. – 17,3%, w ogóle niepraktykujący – 12,2%.

Cechy demograficzne i społeczne tylko nieznacznie różnicowały opinie badanej młodzieży szkolnej na temat znaczenia praktyk religijnych spełnianych wirtualnie i realnie. Można by ogólnie powiedzieć, że kobiety nieco częściej niż mężczyźni, młodzież z liceów ogólnokształcących i techników nieco częściej niż młodzież z zasadniczych szkół zawodowych, młodzież mieszkająca na wsi przyznawała to samo znaczenie praktykom religijnym realizowanym w odmiennych przestrzeniach życiowych, co i młodzież mieszkająca w miastach. Różnice nie przekraczały 5%. Można więc raczej mówić o zbieżnych poglądach młodzieży z różnych kategorii demograficznych i z różnych ośrodków społecznych w omawianych sprawach.

Bardziej wyraźnie różnicowały poglądy młodzieży szkolnej zmienne religijne. W miarę przechodzenia od kategorii osób głęboko wierzących do kategorii osób niewierzących oraz od regularnie praktykujących do w ogóle niepraktykujących zmniejszały się wskaźniki przypisujących to samo znaczenie praktykom religijnym w Internecie i w realnej rzeczywistości. Trzeba jednak zaznaczyć, że osoby mniej związane z religią częściej niż wierzący i praktykujący powstrzymywały się od udzielenia odpowiedzi lub były niezdecydowane w omawianej sprawie.

Uzyskane wyniki empiryczne z przeprowadzonych badań socjologicznych potwierdzają – przynajmniej częściowo – wniosek, że poszukiwanie treści religijnych w sieci stanowi bardziej formę wspomagającą niż konkurencyjną w stosunku do rzeczywistości pozawirtualnej. „Relatywnie niski stopień

akceptacji dla eksploracji treści religijnych *via* Internet korelujący ze stosunkiem do wiary religijnej i praktyk religijnych sugeruje proces wzmacniania istniejącego już zaangażowania religijnego przez wykorzystanie nowego kanału komunikacyjnego. Internet w procesie kształtowania religijności tylko częściowo stanowi alternatywę wobec tradycyjnych agend socjalizacji religijnej, a przede wszystkim umiejscawiany jest na płaszczyźnie wspomagającej, a nie substytuującej przestrzeń rozwoju religijnego w sensie indywidualnym i wspólnotowym⁴¹.

Wnioski

Religia w Internecie, aktywność religijna ludzi w Internecie, to bardzo obszerny temat badawczy. Życie religijne realizowane w parafiach, w rodzinach i indywidualnie powoli przenosi się do cyberprzestrzeni. Powstaje nowe pole aktywności religijnych i duchowych. W cyberprzestrzeni można zdobywać wiedzę religijną, można się pomodlić, uczestniczyć w rekolekcjach wielkopostnych i adwentowych, brać udział w obrzędach i rytuałach religijnych, podejmować pielgrzymowanie, doznawać doświadczeń religijnych i duchowych. Pole aktywności religijnych w Internecie niezwykle się rozszerza, chociaż brakuje – jak dotąd – precyzyjnych badań dotyczących częstotliwości korzystania z religijnych stron internetowych, a także wpływu Internetu na rozwój religijności i duchowości internautów⁴².

Podjęte w niniejszym artykule rozważania dotyczą jedynie kilku ważnych kwestii. Wynika z nich, że co czwarty ankietowany spośród młodzieży szkół średnich (25,6%) poszukiwał w ciągu ostatnich sześciu miesięcy przed terminem badań socjologicznych jakichś form aktywności religijnej, szczególnie spośród osób głęboko wierzących oraz regularnie praktykujących. Zdecydowana większość ankietowanych nie interesowała się tą nową aktywnością. Młodzież szkół średnich w ograniczonym zakresie korzystała z Internetu dla poszukiwania przekazów religijnych. Wydaje się, że młodzież szkolna jeszcze rzadziej niż w Internecie ogląda programy religijne w innych środkach społecznego komunikowania. Na przykład młodzież maturalna z Poznania w 2012 r. deklarowała, że ogląda programy religijne w telewizji w następujący sposób: kilka razy w tygodniu – 0,6%, raz w tygodniu – 1,2%, raz w miesiącu – 4,3%, kilka razy w roku – 23,2%, nigdy – 70,7%; audycje religijne w radio (odpowiednio) – 0,8%, 2,4%, 1,6%, 11,8%, 83,5%; informacje

⁴¹ M. Zarzecki, *Religia.pl...*, s. 266.

⁴² H.F. Angel, *Computer und Internet im Religionsunterricht*, w: *Neues Handbuch religionspädagogischer Grundbegriffe*, Hrsg. G. Bitter, R. Englert, G. Miller, K.E. Nipkow, Kösel-Verlag, München 2002, s. 544–547.

religijne w prasie – 1,8%, 8,6%, 12,4%, 38,3%, 38,9% (badania socjologiczne Dariusza Kokocińskiego).

Badana młodzież szkół średnich nieco częściej informowała o korzystaniu z treści religijnych w YouTube, w serwisach parafii, diecezji i zgromadzeń zakonnych oraz forów czy czatów, najrzadziej zaś witryn biur pielgrzymkowych oraz portali religijnych wspólnot i organizacji. Około co piąty badany uczęszczający do szkół średnich przypisywał (według wskaźnika zbiorczego) to samo znaczenie aktywnościom religijnym w świecie wirtualnym i w świecie realnym (od 31,0 do 7,0%). Wskaźnik najwyższy odnosił się do internetowych rekolekcji i kazań, modlitwy online, wirtualnej wspólnoty parafialnej oraz mszy św. i nabożeństw w sieci.

W świetle zebranych danych empirycznych możemy niewiele powiedzieć na temat tego, czy internauci bardziej poszukują informacji odnoszących się do religii, czy raczej różnorodnych doświadczeń religijnych i duchowych? Jaka jest motywacja podejmowania rozmaitych religijnych aktywności w cyberprzestrzeni? Co skłania młodych ludzi do odwiedzania portali o tematyce religijnej? Czy nadmierne zaangażowanie się w religię za pośrednictwem Internetu nie wpływa na zmniejszenie się udziału w realnym życiu religijnym? Czy doświadczenia religijne w cyberprzestrzeni są jedynymi w życiu badanych osób, czy może tylko wspierają konwencjonalne praktyki i aktywności religijne? Jak zetknięcie się z różnorodnością poglądów i sądów przedstawicieli różnych ruchów religijnych czy wielkich oficjalnych religii, ale i poglądów ateistycznych czy wręcz wrogich religii, wpływa na bieżące życie religijne internautów? Czy poprzez Internet nie dokonuje się powrót religii do sfery publicznej?

Pytania można by mnożyć. Wydaje się, że pozycja i znaczenie religii, która już na dobre zadomowiła się w cyberprzestrzeni, będą w przyszłości wzrastać. „Internet niesie ze sobą nowe religijne możliwości oraz nowe wymiary religii. Kluczem do zrozumienia wielu okazać się może wskazanie różnic i podobieństw między tym co w realu a tym co w sieci. Przyszłość religii w internecie z całą pewnością zależeć będzie od obydwu – od obecności, stopnia oraz natury różnic i podobieństw. Jeśli to, co znaleźć możemy w cyberprzestrzeni, będzie za bardzo podobne do tego co w realu, nie będzie już można mówić o przenoszeniu granic ale o zrównaniu się świata realnego z wirtualnym. Jeśli to co w internecie za bardzo odbiegać będzie od tego, co jest w realu, straci wszelkie cechy religijności. Należy mieć na uwadze, że mimo iż internet oraz konstytuowana przez niego cyberprzestrzeń są w wypadku religii elementem innowacyjnym, owa innowacyjność nie może być posunięta za daleko. Zawsze mieścić się ona musi w granicach wyznaczonych przez świat realny”⁴³.

⁴³ P. Siuda, *Religia i internet. O przenoszeniu religijnych granic do cyberprzestrzeni*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2010, s. 243.

Przed socjologami stoi ważne zadanie zbadania tego, jak aktywności religijne w sieci wpływają na te poza siecią i dlaczego korzystanie z tych źródeł ma w środowiskach młodzieżowych jeszcze ograniczony zasięg i intensywność. Uzyskane wyniki z badań wśród młodzieży szkolnej wydają się potwierdzać uogólniony wniosek z badań nad młodzieżą akademicką. „Polacy, przede wszystkim zbiorowość młodzieży, dokonują przekształcenia istniejącego wzorca religijnego, znajdując innowacyjne formy wyrazu dla indywidualnych doświadczeń religijnych. Fenomen alternatywnych form religijności nie prowadzi do całkowitego odrzucenia instytucji religijnej, lecz do znalezienia/wymyślenia jej bardziej indywidualnych uzupełnień. Podsumowując, należy podkreślić, że deklaracje umożliwiają pierwotne naszkicowanie deskryptywnego obrazu e-religijności. Wysoki poziom korelacji kategorii «głęboko wierzący» i «wierzący», razem z dużym odsetkiem deklaracji praktyk rytualnych i korzystania z sieci w celach religijnych, wskazuje na funkcjonowanie Internetu w zbiorowej świadomości jako kanału komunikacji, ale nie przestrzeni wyrazu religijności»⁴⁴.

Bibliografia

- Angel H.-F., *Computer und Internet im Religionsunterricht*, w: *Neues Handbuch religionspädagogischer Grundbegriffe*, Hrsg. G. Bitter, R. Englert, G. Miller, K.E. Nipkow, München 2002, s. 544–547.
- Barker E., *Nowe ruchy religijne*, tłum. T. Kunz, Zakład Wydawniczy Nomos, Kraków 2012.
- Błachnio A., Przepiórka A., Rowiński T., *Dysfunkcyjne korzystanie z Internetu – przegląd badań*. „Psychologia Społeczna” 2014, t. 9, nr 4, s. 378–395.
- Betlej A., *Moralność w społeczeństwie sieci*, w: *Leksykon socjologii moralności. Podstawy, teorie, badania, perspektywy*, red. J. Mariański, Zakład Wydawniczy Nomos, Kraków 2015, s. 464–469.
- Betlej A., *Socjologia internetu*, w: *100 lat socjologii w Katolickim Uniwersytecie Lubelskim Jana Pawła II. Idee – teorie – badania*, red. W. Szymczak, TN KUL, Lublin 2018, s. 359–371.
- Bober W.J., *Powinność w świecie cyfrowym. Etyka komputerowa w świetle współczesnej filozofii moralnej*, Wyd. Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2008.
- Chętnicki B., *Internet – medium ewangelizacji*, w: *Religia a gospodarka*, red. S. Partycki, t. 2, Wyd. KUL, Lublin 2005, s. 282–285.
- Feliksiak M., *Zainteresowania i aktywności*, w: *Młodzież 2016. Raport z badania sfinansowanego przez Krajowe Biuro ds. Przeciwdziałania Narkomanii*, CBOS, Warszawa 2016, s. 166–190.
- Feliksiak M., *Korzystanie z internetu*, Komunikat z badań CBOS 2017, nr 49, CBOS, Warszawa 2017.
- Filipek K., *Religijność w społeczeństwie sieciowym*, w: *Religia a gospodarka*, red. S. Partycki, t. 2, Wyd. KUL, Lublin 2005, s. 277–281.
- Giddens A., Sutton P.W., *Socjologia*, tłum. O. Siara, A. Szulżycka, P. Tomanek, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2012.
- Górny A., *Religia w wirtualnej przestrzeni. Internetowe obszary sacrum*, w: *Ideologie codzienności*, red. I. Kamińska-Szmaj, T. Piekota, M. Poprawa, Wyd. Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2009, s. 207–214.

⁴⁴ M. Zarzecki, *Religia.pl...*, s. 270.

- Górny A., *Religijne portale internetowe – nowe przestrzenie wspólnotowego dialogu*, w: *Laikat i duchowieństwo w Kościele katolickim w Polsce. Problem dialogu i współistnienia*, red. J. Baniak, Wyd. Naukowe Wydziału Nauk Społecznych UAM, Poznań 2010, s. 179–200.
- Górny A., *Internet – instrument wsparcia czy czynnik destabilizacji funkcjonowania Kościoła katolickiego w Polsce?*, w: *Tradycja i innowacja w polu refleksji socjologii religii*, red. S.H. Zaręba, I. Borowik, Kontrast, Warszawa 2016, s. 277–292.
- Hędzulek M., *Uzależnienie od internetu – zasięg, formy, zagrożenia*, w: *E-kultura, e-nauka, e-społeczeństwo*, red. B. Płonka-Syroka, M. Staszczak, Oficyna Wydawnicza Arboretum, Wrocław 2008, s. 267–282.
- Instytut Statystyki Kościoła Katolickiego SAC, *Annuario Statisticum Ecclesiae in Polonia AD 2018*, Warszawa 2018.
- Jan Paweł II, *Godność. Antologia tekstów. VI Dni Jana Pawła II*, wybór tekstów, oprac. i wpraw. K. Gryz, Wyd. Politechniki Krakowskiej, Kraków 2011, s. 217–218.
- Janda-Dębek B., *Kłamstwo w sieci*, w: *E-kultura, e-nauka, e-społeczeństwo*, red. B. Płonka-Syroka, M. Staszczak, Oficyna Wydawnicza Arboretum, Wrocław 2008, s. 251–260.
- Kapralska Ł., Maksymowicz A., *Grzechy internautów. Jak internet wpływa na naszą moralność*, w: *Moralne dylematy Polaków w ponowoczesności. Wybrane problemy*, red. A. Maksymowicz, Zakład Wydawniczy Nomos, Kraków 2009, s. 99–108.
- Kaźmierska K., *Młodzież archidiecezji łódzkiej. Szkic do portretu*, Archidiecezjalne Wydawnictwo Łódzkie, Łódź 2018.
- Kiżewska A., *Internet jako czynnik kształtujący przemiany życia religijnego młodych*, w: *Religia i Kościół w świadomości katolików świeckich w Polsce i w Niemczech. Kontynuacja czy zmiana nastawienia?*, red. J. Baniak, Wyd. Naukowe Wydziału Nauk Społecznych UAM, Poznań 2013, s. 141–154.
- Klauza K., *Media w nowoczesnej parafii. Sugestie pastoralne stare i nowe*, Edycja Świętego Pawła, Częstochowa 2003.
- Kloch J., *Kościół w Polsce wobec Web 2.0.*, Wyd. Jedność, Kielce 2013.
- Libiszowska-Żółtkowska M., *Typy religijności w społeczeństwie polskim w początkach XXI w. – trwałość i zmiana*, w: *Katolicyzm polski w warunkach Unii Europejskiej: szanse i zagrożenia, objawy i nadzieje*, red. J. Baniak, Redakcja Wydawnictw UAM – Wydział Teologiczny, Poznań 2004, s. 85–94.
- Lis R., *Internet narzędziem kształtowania tożsamości jednostki*, w: *Wokół tożsamości. Teorie, wymiary, ekspresje*, red. I. Borowik, K. Leszczyńska, Zakład Wydawniczy Nomos, Kraków 2007, s. 327–342.
- „L' Osservatore Romano” 2010, R. 31, nr 3–4, s. 6–7.
- Marciniak K., *E-religijność. Nowe wyzwanie, nowe możliwości*, w: *E-kultura, e-nauka, e-społeczeństwo*, red. B. Płonka-Syroka, M. Staszczak, Oficyna Wydawnicza Arboretum, Wrocław 2008, s. 170–182.
- Mariański J., *Kondycja religijna i moralna młodzieży szkół średnich w latach 1988–1998–2005–2017 (raport z ogólnopolskich badań socjologicznych)*, Wyd. Adam Marszałek, Toruń 2018.
- Niermann A., *Cyfrowe sieci społeczne – wymiar polityczny i społeczno/socjologiczna interpretacja*, „Keryks. Forum Pedagogicznoreligijne. Międzynarodowe – Międzykulturowe – Międzydyscyplinarne” 2011, nr 10, s. 259–271.
- Olczyk A., *Internet w ewangelizacji misyjnej Kościoła*, w: *Mojemu Kościołowi wszystko! Księga jubileuszowa ku czci Ks. Arcybiskupa Stanisława Nowaka Metropolity Częstochowskiego z okazji 25. rocznicy sakry biskupiej i posługi pasterskiej w Kościele częstochowskim*, red. S. Jasione, Częstochowskie Wydawnictwo Archidiecezjalne Regina Poloniae, Częstochowa 2009, s. 473–485.
- Podgórski M., *Społeczność wirtualna na forum dyskusyjnym „katolik.pl”*, w: *Wielka sieć. E-seje z socjologii internetu*, red. J. Kurczewski, Wyd. Trio, Warszawa 2006, s. 143–177.
- Rożej K., *Bóg w sieci*, „Przegląd Powszechny” 2009, nr 2, s. 44.
- Sielicka E., *Internet jako środowisko wsparcia młodzieży w sytuacjach żałoby*, „Pedagogika Społeczna” 2018, R. 17, nr 1, s. 153–174.

- Siuda P., *Cyberreligia – powstanie religijnych społeczności wirtualnych*. w: *Com.unikowanie w zmieniającym się społeczeństwie*, red. M. Niezgoda, M. Świątkiewicz-Mośny, A. Wagner, Zakład Wydawniczy Nomos, Kraków 2010, s. 284–293.
- Siuda P., *Religia i internet. O przenoszeniu religijnych granic do cyberprzestrzeni*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2010.
- Stachowska E., *Religia i media w warunkach polskich*, w: *Pomiędzy sekularyzacją i religijnym ożywieniem. Podobieństwa i różnice w przemianach religijnych w Polsce i w Niemczech*, red. E. Firlit, M. Hainz, M. Libszowska-Żółtkowska, G. Pickel, D. Pollack, Wyd. WAM, Kraków 2012, s. 362–364.
- Szarota P., *Od Facebooka do post-przyjaźni. Współczesne przeobrażenia bliskich relacji*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2018.
- Świątkiewicz W., *Między sekularyzacją i deprytywizacją. Socjologiczne refleksje wokół polskiej religijności w kontekście europejskim*, Wyd. Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2010.
- Świątkiewicz-Mośny M., *Sztrykowanie czy surfowanie? Rodzinne sposoby spędzania wolnego czasu*, w: *Rodzina w sercu Europy. Rybnik – Nitra – Hradec Králové – Szeged. Socjologiczne studium rodziny współczesnej*, red. W. Świątkiewicz, Wyd. Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2009, s. 128–146.
- Tadeusiewicz R., *Spółeczność internetu*, Akademicka Oficyna Wydawnicza, Warszawa 2002.
- Trojan S., *Internet i tożsamość religijna na przykładzie Ukrnetu*, w: *Tożsamość i komunikacja*, red. J. Szulich-Kałuża, L. Dyczewski, R. Szwed, Wyd. KUL, Lublin 2011, s. 245–248.
- Trzop B., *Formy spędzania czasu wolnego i uczestnictwo w kulturze*, w: *Młodzież w czasach nieufności. Studenci zielonogórscy o sobie i innych*, red. M. Zielińska, D. Szaban, Fundacja Obserwatorium Społeczne Inter Alia, Zielona Góra 2016, s. 134–163.
- Wrzesień W., *Kilka uwag o pokoleniowej sytuacji współczesnej polskiej młodzieży*, „Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny” 2016, R. 78, z. 1, s. 229–241.
- Wyrostkiewicz M., *Internet i (nie)moralność*, MW Press, Lublin 2015, s. 299–302.
- Zaręba S.H., Zarzecki M., *Aneks 1. w: Między konstrukcją i dekonstrukcją uniwersum znaczeń. Badania religijności młodzieży akademickiej w latach 1988–1998–2005–2017*, red. S.H. Zaręba, M. Zarzecki, Warszawskie Wydawnictwo Socjologiczne, Warszawa 2018, s. 392–395.
- Zarzecki M., *Religia.pl – religijność młodzieży akademickiej w paradygmacie Web 2.0.*, w: *Między konstrukcją i dekonstrukcją uniwersum znaczeń. Badania religijności młodzieży akademickiej w latach 1988–1998–2005–2017*, red. S.H. Zaręba, M. Zarzecki, Warszawskie Wydawnictwo Socjologiczne, Warszawa 2018, s. 257–271.
- Zduniak A., *Obraz Kościoła w oczach internautów po wyborze nowego papieża*, w: *Religia i Kościół w świadomości katolików świeckich w Polsce i w Niemczech. Kontynuacja czy zmiana nastawienia?*, red. J. Baniak, Wyd. Naukowe Wydziału Nauk Społecznych UAM, Poznań 2013, s. 155–168.
- Zduniak A., *Duchowość w epoce mediów elektronicznych*, w: *Media i religia. Nowy kontekst komunikacji*, red. R. Sierocki, M. Sokołowski, A. Zduniak, Wyd. Adam Marszałek, Toruń 2016, s. 61–74.

Streszczenie

W niniejszym artykule rozważania dotyczą jedynie kilku ważnych kwestii dotyczących relacji Internetu i religii. Jak wynika z badań, Wynika z nich, że co czwarty ankietowany spośród młodzieży szkół średnich (25,6%), szczególnie spośród osób głęboko wierzących oraz regularnie praktykujących, poszukiwał w ciągu ostatnich sześciu miesięcy przed terminem badań socjologicznych jakichś form aktywności religijnej. Zdecydowana większość ankietowanych nie interesowała się tą nową aktywnością. Młodzież szkół średnich w ograniczonym zakresie korzystała z Internetu dla poszukiwania przekazów religijnych. Badani nieco częściej informowali o korzystaniu z treści religijnych w YouTube, w serwisach parafii, diecezji i zgromadzeń zakonnych oraz forów czy czatów, najrzadziej zaś witryn biur pielgrzymkowych oraz portali religijnych wspólnot i organizacji. Około co piąty badany

uczęszczający do szkół średnich przypisywał (według wskaźnika zbiorczego) to samo znaczenie aktywnościom religijnym w świecie wirtualnym i w świecie realnym (od 31,0 do 7,0%). Wskaźnik najwyższy odnosił się do internetowych rekolekcji i kazań, modlitwy online, wirtualnej wspólnoty parafialnej oraz mszy św. i nabożeństw w sieci.

Słowa kluczowe: Internet, młodzież szkolna, religia

Internet and Religion

Summary

In this article, we consider only a few important issues concerning the relationship between the Internet and religion. They As the data show that every fourth respondent among high school students (25.6%) searched for some form of religious activity in the last six months before the date of sociological research, especially among people who are deeply religious and regularly practicing. The vast majority of respondents were not interested in this new activity. Secondary school students made limited use of the Internet to search for religious messages. The surveyed youth from secondary schools slightly more often informed about using admitted accessing religious content on YouTube, in the websites of parishes, dioceses and religious congregations, as well as forums or chats, and the least frequently – websites of pilgrimage offices and websites of religious communities and organizations. About every fifth respondent attending secondary schools ascribed (according to the collective index) the same importance to religious activities in the virtual and real world (from 31.0 to 7.0%). The highest index was for online retreats and sermons, online prayer, virtual parish community, and online Masses and devotions. Mass, and network services.

Key words: Internet, school youth, religion

